

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/216M/14		Názov predmetu: Advanced Corporate Finance				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: I., II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: 1. Základné koncepty corporate finance, Modigliani and Miller, optimálna kapitálová štruktúra 2. Dane, bankrot, finančný distress a informačná asymetria 3. Dividendová politika, Corporate Social Responsibility 4. Case study						
Odporúčaná literatúra: 1. M. Grinblatt and S. Titman, Financial Markets and Corporate Strategy, McGraw-Hill (2001). 2. Tirole, Jean. The theory of corporate finance. Princeton University Press, 2010. 3. Vybrané research papers a case studies						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 29						
A	ABS	B	C	D	E	FX
75.86	0.0	17.24	3.45	3.45	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Rastislav Molnár						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/171M/11	Názov predmetu: Analýza dlhopisov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Stručný syllabus: Tematický plán - prednášky: 1. Úvod do problematiky, význam úverov v ekonomike, charakteristika úverov, formy úverov 2. Analýza úverovej spôsobilosti klienta 3. Hodnotenie návratnosti podnikateľského zámeru 4. Zabezpečení úveru a určenie miery rizika 5. Ekonomické chápanie dlhopisov a ich význam 6. Základy oceňovania dlhopisov 7. Problematika úrokovacieho obdobia pri oceňovaní dlhopisov 8. Štátne dlhopisy a ich význam pri stanovovaní bezrizikovej úrokovej miery 9. Durácia dlhopisu a jej význam. Modifikovaná durácia dlhopisu a jej význam. Dolárová durácia dlhopisu a jej význam. 10. Konvexita dlhopisu a jej význam. 11. Špecifické formy dlhopisov a ich oceňovanie 12. Základné princípy obchodovania s dlhopismi 13. Tvorba a riadenie portfólia dlhopisov Tematický plán - semináre: 1. Úvodný seminár 2. Analýza úverovej spôsobilosti klienta – vzorový príklad 3. Hodnotenie návratnosti podnikateľského zámeru - vzorový príklad 4. Zabezpečení úveru a určenie miery rizika - vzorový príklad 5. Základy finančnej matematiky, používanej pri oceňovaní dlhopisov 6 Výpočet ceny dlhopisu v deň emisie a pri výplate kupónu 7 Výpočet ceny dlhopisu mimo obdobia výplaty kupónu 8. Výpočet ceny dlhopisu pri meniacej sa úrokovacej základni 9. Durácia dlhopisu a jej využitie 10 Modifikovaná durácia a dolárová durácia dlhopisu a ich využitie	

11. Konvexita dlhopisu a jej využitie
12. Oceňovanie špecifických dlhopisov
13. Tvorba a riadenie portfólia dlhopisov

Odporúčaná literatúra:

Literatúra:

1. Brealey, Richard A. - Myers, Stewart C. Teorie a praxe firemních financí. Translated by Zdeněk Strnad - Vilém Jungmann - Tomáš Hlaváč. Vyd. 1. Praha : Computer Press, 2000. xix, 1064. ISBN 80-7226-189-4.
2. Sharpe, William F. - Alexander, Gordon J. Investice. Translated by Zdeněk Šlehoř. 4. vyd. Praha : Victoria Publishing, 1994. 810 s. ISBN 80-85605-47-3.
3. Blake, David. Analýza finančních trhů. Translated by Aleš Hrnčíř - Petr Šedý - Pavel Šimůnek. Vyd. 1. Praha : Grada, 1995. 623 s. ISBN 80-7169-201-8.
4. Jílek, Josef. Termínové a opční obchody. Vyd. 1. Praha : Grada, 1995. 286 s. ISBN 80-7169-183-6
5. Graham, Benjamin - Dodd, David L. Security analysis :principles and technique. 2nd ed. New York : McGraw-Hill Book Company, 1940. xiii, 851. ISBN 0-07-141228-X.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**Poznámky:****Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 54

A	ABS	B	C	D	E	FX
83.33	0.0	3.7	7.41	5.56	0.0	0.0

Vyučujúci: Ing. Boris Štunc, CSc., Ing. Libuša Čurlejšová

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/AFCRM/11		Názov predmetu: Analýza finančných časových radov				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/002M/00	Názov predmetu: Analýza kreditných rizík finančných portfólií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatné vypracovanie 2 zadání.	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1) Úvod do kreditných rizík 2) Očakávané a neočakávané straty 2) Modelovanie korelovaných strát pomocou KMV modelu 3) Credit Metrics 4) Jedno faktorový model: KMV, Credit Metrics TM 5) Credit VaR 6) IRB prístup	
Odporúčaná literatúra: 1. Allen, L., Boudoukh, J., Saunders, A.: Understanding Market, Credit and Operational Risk. The Value at Risk approach. Blackwell Publishing Ltd. 2004 2. Alexander C.: Market Risk Analysis. John Wiley & Sons, Inc., 2008 3. Bohdalová, M. – Greguš, M.: Stochastické analýzy finančných trhov, UK, Bratislava, 2012 4. Bluhm Ch., Overbeck, L., Wagner, Ch.: An Introduction to Credit Risk Modeling. Chapman & Hall/CRC Financial Mathematics Series. New York, 2003 5. Jorion, P. : Financial Risk Manager Handbook, John Wiley & Sons, Inc., 2009 6. Löffler, G., Posch, P.N: Credit risk modeling using Excel and VBA, John Wiley & Sons, Inc., 2007 7. Saunders, A., Allen, L.: Credit Risk measurement. John Wiley & Sons, Inc., 2002 8. McNeil, A., Frey, J. R., Embrechts, P. :Quantitative Risk Management, Princeton University Press, Princeton and Oxford, 2005	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 23						
A	ABS	B	C	D	E	FX
91.3	0.0	8.7	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Jozef Jackuliak, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/003M/10	Názov predmetu: Analýza kreditných rizík finančných portfólií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Samostatné vypracovanie 2 zadaní.	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1) Úvod do kreditných rizík 2) Očakávané a neočakávané straty 2) Modelovanie korelovaných strát pomocou KMV modelu 3) Credit Metrics 4) Jedno faktorový model: KMV, Credit MetricsTM 5) Credit VaR 6) IRB prístup	
Odporúčaná literatúra: 1. Allen, L., Boudoukh, J., Saunders, A.: Understanding Market, Credit and Operational Risk. The Value at Risk approach. Blackwell Publishing Ltd. 2004 2. Alexander C.: Market Risk Analysis. John Wiley & Sons, Inc., 2008 3. Bohdalová, M. – Greguš, M.: Stochastické analýzy finančných trhov, UK, Bratislava, 2012 4. Bluhm Ch., Overbeck, L., Wagner, Ch.: An Introduction to Credit Risk Modeling. Chapman & Hall/CRC Financial Mathematics Series. New York, 2003 5. Jorion, P. : Financial Risk Manager Handbook, John Wiley & Sons, Inc., 2009 6. Löffler, G., Posch, P.N: Credit risk modeling using Excel and VBA, John Wiley & Sons, Inc., 2007 7. Saunders, A., Allen, L.: Credit Risk measurement. John Wiley & Sons, Inc., 2002 8. McNeil, A., Frey, J. R., Embrechts, P. :Quantitative Risk Management, Princeton University Press, Princeton and Oxford, 2005	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 1						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Jozef Jackuliak, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/004M/00	Názov predmetu: Analýza trhových rizík finančných portfólií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1. Teória výberu portfólia za predpokladu neistoty 2. Metódy merania rizika portfólia, založené na priemere a smerodajnej odchýlke, Markovitzov model, diverzifikácia portfólia 3. Rôzne rizikové miery pred metodológiou VaR a metodológia VaR 4. Neparametrický prístup VaR 5. Parametrický prístup VaR, Monte Carlo simulačné metódy 6. Faktorové modely merania rizika - Jednofaktorový model - CAPM a viacfaktorové modely 7. Identifikovanie rizikových faktorov založené na PCA a jej využitie v meraní rizika	
Odporúčaná literatúra: 1. Alexander C.: Market Risk Analysis. John Wiley & Sons, Inc., 2008 2. Allen, L., Boudoukh, J., Saunders, A.: Understanding Market, Credit and Operational Risk. The Value at Risk approach. Blackwell Publishing Ltd. 2004 3. Bohdalová, M., Greguš, M.: Stochastické analýzy finančných trhov, UK, Bratislava, 2012 4. Dowd, K. : Measuring Market Risk. John Wiley & Sons, Inc., 2002 5. Jorion, P. : Financial Risk Manager Handbook, John Wiley & Sons, Inc., 2009 6. Jorion, P. : Value at Risk, The New Benchmark for Managing Financial Risk, McGraw-Hill, 2007 7. McNeil, A., J., R. Frey, R., P. Embrechts, P. : Quantitative Risk Management, Princeton University Press, Princeton and Oxford, 2005	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 33						
A	ABS	B	C	D	E	FX
93.94	0.0	6.06	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Jozef Jackuliak, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/005M/10	Názov predmetu: Analýza trhových rizík finančných portfólií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1. Teória výberu portfólia za predpokladu neistoty 2. Metódy merania rizika portfólia, založené na priemere a smerodajnej odchýlke, Markovitzov model, diverzifikácia portfólia 3. Rôzne rizikové miery pred metodológiou VaR a metodológia VaR 4. Neparametrický prístup VaR 5. Parametrický prístup VaR, Monte Carlo simulačné metódy 6. Faktorové modely merania rizika - Jednofaktorový model - CAPM a viacfaktorové modely 7. Identifikovanie rizikových faktorov založené na PCA a jej využitie v meraní rizika	
Odporúčaná literatúra: 1. Alexander C.: Market Risk Analysis. John Wiley & Sons, Inc., 2008 2. Allen, L., Boudoukh, J., Saunders, A.: Understanding Market, Credit and Operational Risk. The Value at Risk approach. Blackwell Publishing Ltd. 2004 3. Bohdalová, M., Greguš, M.: Stochastické analýzy finančných trhov, UK, Bratislava, 2012 4. Dowd, K. : Measuring Market Risk. John Wiley & Sons, Inc., 2002 5. Jorion, P. : Financial Risk Manager Handbook, John Wiley & Sons, Inc., 2009 6. Jorion, P. : Value at Risk, The New Benchmark for Managing Financial Risk, McGraw-Hill, 2007 7. McNeil, A.,J., R. Frey, R., P. Embrechts, P. :Quantitative Risk Management, Princeton University Press, Princeton and Oxford, 2005	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 8						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Jozef Jackuliak, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/011M/10	Názov predmetu: Bankovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežná kontrola štúdiálnych výsledkov /písomné testy, referát, kontrolné otázky, účasť na prednáškach/	
Výsledky vzdelávania: Študent absolvovaním predmetu získava prehľad o riadení aktív a pasív obchodnej banky a úlohe kapitálu obchodnej banky, ako aj o bankovom dohľade.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úloha peňazí vo vývoji (či úpadku?) moderného štátu. 2. Význam bankovníctva a jeho funkcie - emisná, distribučná, redistribučná, úspory 3. Základné typy bankových systémov - jednostupňový, dvojestupňový bankový systém 4. Metódy bankových sústav - univerzálne, oddelené, zmiešané bankovníctvo 5. Reprezentácie, pobočky, dcérske spoločnosti KB - zastúpenie, kl. pobočka, pobočka, obchodné zastúpenie, dcéra 6. Bankovníctvo v EÚ - smernice ES pre oblasť bankovníctva 7. Regulačné orgány v SR - legislatívne usporiadanie - zákony 8. Kapitál komerčnej banky - TIER 1, TIER 2, TIER 3, - funkcie 9. Bazilejské dohody o kapitály - BASEL 1, BASEL2, BASEL III. 10. Vplyv centrálnej banky na zdroje KB - PMR, automatické operácie 11. Európsky systém centrálnych bánk - ESCB, Eurosystem, ECB, Banková únia 12. Riteilové bankovníctvo - klienti banky, produkty, služby, distribúcia	

13. Elektronické bankovníctvo - druhy produktov, balíky produktov, výhody 14. Firemná klientela - segmentácia, inštitucionálna klientela						
Odporúčaná literatúra: Literatúra: 1. Bajžíková Ľ, Saxunová D, Sysáková V.: Podnikanie v európskom hospodárskom priestore, PALATIA Nyomda & Kiadó Kft., 2014 2.Sysáková V., Šlahor Ľ.: Peniaze a bankovníctvo, Bratislava, KARTPRINT,2010,ISBN 978-80-88870-89-0 3. Šlahor Ľ., Žvachová N.: Kapitálová primeranosť bank a poisťovní, Bratislava, KARTPRIN 2011,ISBN 978-80- 88870-94-4 4.Pavelka Ľ.: Riešenie negatívnych externalít svetovej a finančnej krízy v bankovníctve EÚ, Bratislava, EKONÓM, 2011, ISBN 978-80-225-3277 5. Jozef Jílek: Peníze a menová politika, Grada, Praha, 2004 6. Horvátová E.: Bankovníctvo, Súvaha, Bratislava, 2000 7. Horváthová E. a kol.: Ekonomické a legislatívne podmienky operácie komerčných bánk na Slovensku, vydavateľstvo Ekonóm 2004						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 141						
A	ABS	B	C	D	E	FX
52.48	0.0	24.82	12.77	5.67	2.84	1.42
Vyučujúci: doc. Ing. Viera Sysáková, CSc.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/001M/00	Názov predmetu: Bankový marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 60% – priebežné hodnotenie aktívnej účasti, seminárna práca, aktuality a vypracovanie a prezentácia semestrálneho projektu (v prípade neospravedlnenej neúčasti strata 10%), 40% – záverečný písomný test. Celkové hodnotenie študentov pozostáva zo súčtu percent/bodov za priebežné hodnotenie a vypracovaný semestrálny projekt a jeho prezentácie a z percent získaných za záverečný písomný test. Semestrálny projekt je komplexne hodnotený vzhľadom na jeho kvalitu. Jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe získaného celkového počtu percent/bodov, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Zlepšenie získaného klasifikačného stupňa je podmienené absolvovaním ústnej skúšky. Pomer priebežného a záverečného hodnotenia je 60 : 40. Semestrálny projekt pozostáva buď z realizácie tzv. mystery shopping-u, zameraného na sledovanie kvality poskytovania bankových služieb alebo vypracovania komparácie konkrétnej ponuky bankového produktu – príslubu a reálnych podmienok, ktoré je nevyhnutné splniť pre získanie daného produktu. Téma semestrálneho projektu môže byť zvolená i na základe individuálneho výberu študenta. Semestrálny projekt sa popri jeho prezentácii odovzdáva i v písomnej podobe, a to bez možnosti dodatočných úprav a nie je možná jeho výmena. V práci sa vyžaduje korektné uvádzanie použitých zdrojov podľa normy ISO 690 a ISO 690-2. Rozsah projektu nie je stanovený.	
Výsledky vzdelávania: Banky sa musia, podobne ako iné trhové subjekty, v konkurenčnom prostredí otvorenej trhovej ekonomiky orientovať na aplikovanie modernej podnikateľskej filozofie a využívanie marketingových aktivít vo svojej činnosti. Cieľom predmetu Bankový marketing je poskytnúť študentom ucelený obraz o danej problematike a zamerať sa predovšetkým na definovanie základných pojmov, významu a špecifik bankového marketingu, špecifiká marketingovej stratégie bankových subjektov, význam marketingového výskumu informácií, klientov bánk, proces segmentácie, rozšírený marketingový mix v bankovníctve a charakteristiky jeho jednotlivých prvkov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Bankovníctvo a bankový marketing. Význam bankovníctva v trhovej ekonomike. Vývin bankovej sústavy na Slovensku a jej súčasný stav. Význam a opodstatnenie bankového marketingu.	

2. Úvod do problematiky bankového marketingu. Bankový marketing – vymedzenie a definovanie základných pojmov. Bankový marketing ako podnikateľská filozofia. Funkcie marketingu v komerčnej banke. Vývoj bankového marketingu. 3. Špecifiká bankového marketingu. Marketing a riadenie komerčnej banky. Špecifiká bankového marketingu a marketingovej stratégie bankových subjektov. 4. Význam informácií a marketingového výskumu v komerčných bankách. Marketingový výskum informácií. Význam informácií v komerčných bankách a ich zdroje. Konkurenti komerčnej banky, zdroje informácií o konkurentoch. 5. Klient – stredobod pozornosti bankového marketingu. Klient, jeho základná charakteristika. Správanie klientov. Proces segmentácie. Správanie sa jednotlivých typov segmentov na bankovom trhu. Starostlivosť o klienta. 6. Rozšírený marketingový mix v bankovníctve. Úvod do rozšíreného marketingového mixu v bankovníctve. Základná charakteristika jeho jednotlivých prvkov. 7. Produkt komerčnej banky – služba. Produkty v komerčnej banke, ich špecifiká. Produktová politika a životný cyklus bankových produktov, hlavné a vedľajšie znaky bankových produktov. Problematika priamych a nepriamych determinantov bankových produktov, synergický a substitučný efekt. Aktívne, pasívne a neutrálne operácie. 8. Cena. Cena produktov v komerčných bankách. Metódy stanovenia cien. Formy ceny bankových produktov (úrok, provízie, poplatky). 9. Význam marketingovej komunikácie. Význam komunikácie v komerčných bankách. Komunikačná stratégia - vnútorná a vonkajšia komunikácia. Význam vonkajšej komunikácie. Komunikačné kanály. Integrácia personálu do komunikačnej politiky. Tvorba inštitucionálneho imidžu a vlastnej identity banky. Marketingový komunikačný mix – využitie jednotlivých prvkov v komerčnej banke. Corporate Identity. 10. Distribúcia. Distribučná politika produktov a služieb v bankovníctve. Distribučné kanály, tradičné chápanie a využívanie moderných technológií. Členenie distribučných kanálov: statické, mobilné, distribúcia prostredníctvom médií. Optimalizácia distribučných kanálov. Teritoriálna expanzia. 11. Akvizičná činnosť v podmienkach komerčných bánk. Akvizičná činnosť. Extenzívna a intenzívna, individuálna a plošná akvizícia. Potenciálna a reálna výnosovosť klienta. Plánovanie, realizácia a vyhodnotenie akvizičnej činnosti. 12. Riadenie kvality bankových produktov. Inovácia produktov a služieb v komerčnej banke. Postup vývoja a realizácie nového produktu v podmienkach komerčnej banky. Riadenie kvality produktov a služieb v komerčnej banke. Objektívna a subjektívna kvalita. Návrhy a sťažnosti klientov.
Odporúčaná literatúra: • Štarchoň, P.: Bankový marketing. Vybrané časti. Pracovný materiál. • Korauš, A.: Marketing v bankovníctve a poisťovníctve. Bratislava: Sprint 2000. • Belás, J.: Retail banking. Bratislava: Iura Edition 2008. • Juřík, P. Platební karty. Praha: Grada Publishing 2006. • Databáza ProQuest, Biatec, Trend, Profit, Marketing Science and Inspirations • Vzhľadom na nové a dostupné zdroje bude priebežne aktualizovaná.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický

Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 238						
A	ABS	B	C	D	E	FX
66.81	0.0	27.73	5.04	0.42	0.0	0.0
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/067_M/14	Názov predmetu: Budovanie a riadenie značky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra je potrebné spracovať vybranú tému. Téma má byť prakticky zameraná na: 1. Jednu firmu, ktorá má v portfóliu niekoľko značiek. V prvom prípade je potrebné zmapovať hierarchickú štruktúru značiek vo firme, identifikovať charakteristiky a ciele vybraných značiek, preskúmať ich fungovanie, zhodnotiť ich úspešnosť (či neúspešnosť) a pomenovať dôvody úspechu či zlyhávania politiky budovania značky (či značiek). Súčasťou práce je analýza využívaných či potenciálnych synergických efektov ale aj reálnej či potenciálnej hrozby kanibalizácie značiek. V závere je potrebné zhodnotiť, ako úspešne či neúspešne vo vybranej firme funguje strategický brand manažment. 2. Porovnanie dvoch konkurujúcich si firiem, ktoré budujú len jednu značku. V tomto prípade je potrebné identifikovať charakteristiky a ciele vo vzťahu k budovaniu značiek, pomenovať využívané metódy a prostriedky, zaoberať sa imidžom a osobnostnými charakteristikami vybraných značiek ako aj ich historickým kontextom. V závere je potrebné urobiť porovnanie vybraných značiek, metód a prostriedkov ich budovania a zhodnotiť ich perspektívy.	
Výsledky vzdelávania: : Študent získa súbor poznatkov z oblasti manažmentu budovania značky, naučí sa kedy je potrebné značku budovať a kedy nie. Oboznámi sa s tým ako vybudovať, pozicionovať a manažovať značku, bude vedieť, ako je možné značku nadobudnúť a využívať takú, ktorej vlastníkom je iný subjekt. Naučí sa typológiu značiek, bude vedieť posúdiť aké modely firmy využívajú v procese budovania značky a uchopiť ich výhody i nevýhody. Účelom je oboznámiť študentov so základnými prístupmi, možnosťami, strategickými a marketingovými alternatívami v procese budovania značky či značiek na úrovni firmy. Bude vedieť uchopiť úlohu a význam značky pre podnik, oboznámi sa s možnosťami rozširovania portfólia značiek na úrovni firmy, či naopak, zoštíhľovania firmy odpredajom značiek z portfólia. Súčasťou predmetu je náčrt problematika ochrany značky, otázky metodík oceňovania značiek, vytvárania synergie medzi značkami. značiek a porovnanie jestvujúcich rebríčkov značiek.	
Stručná osnova predmetu: 1. Značka - Brand manažment, jeho miesto v systéme manažmentu. Budovať či nebudovať značku .Podnik, ktorý buduje značku.	

2. Značka – história a súčasnosť. Genéza vzniku značiek. Význam značky a jej fungovanie v podniku v ziskovej i neziskovej sfére.
3. Typológia značiek. Lokálne – národné – kontinentálne – globálne značky. Proces vytvorenia globálnej značky. Rozširovanie portfólia značiek, synergické efekty medzi značkami a možnosti ich využitia. Značky výrobcov, značky predajcov, privátne značky.
4. Stratégie budovania značky. Monolitická stratégia – jedna firma, jedna značka. Umbrella brand – jedna firma, viacero značiek. Korporátka značka. Konkurovanie si značiek v portfóliu.
5. Ochrana značky. Ochrana duševného vlastníctva. Typy ochrany. Ochraná známka – národná a medzinárodná. Čo je možné a čo potrebné chrániť.
6. Identita a imidž značky. Tvorba pozície značky, osobnosť značky, tvorba osobnostných charakteristík a imidžu značky – zmena segmentu, ktorý značka oslovuje, rebranding značky.
7. Brand equity – pojem, hodnota značky, ohodnocovanie značky – teoretické a praktické prístupy. Značka ako najhodnotnejšie nehmotné aktívum firmy. Značka ako kapitálová investícia. Pokles hodnoty značky.
8. Nadobudnutie značky. Akvizícia značky, franchising značky, vstup do siete – používanie značky siete, licencovanie značky.
9. Lojalita voči značke – čo je brand loyalty, ako ju vytvoriť, upevňovať a pracovať s ňou, čo z nej vyplýva. Lojalný a nelojalný zákazník - strata lojality – dôvody a príčiny. Dôsledky. Kultúrny aspekt vnímania značky, etnocentrizmus spotrebiteľov.
10. Najhodnotnejšie značky. Rebríčky značiek. Najhodnotnejšie a najstabilnejšie globálne značky, dôvody pre ktoré nimi sú a aký proces predchádzal ich súčasnému postaveniu. Oceňovanie značiek, 4 základné metódy. Udržanie hodnoty značky

Odporúčaná literatúra:

Smolková, E., Štarchoň, P., Vilčeková L. a ďal.: Značky a slovenský zákazník. 2013. Vydavateľstvo UK v Bratislave, ISBN 978-80-223-3535-5

Keller, K.L.: Strategické řízení značky. Grada Publishing. Praha 2007. ISBN 978-80-247-1481-3

Aaker, D., A.: Brand building. Brno, Computer Press. ISBN 80-7226-885-6

Taylor, D.: Brand management. Řízení značky. Computer Press, Brno 2007. ISBN 978-80-251-1818-4

Chernatony, L.: Značka, od vize k vyšším ziskům. Brno, Computer Press 2009, 978-80-251-2007-1

Haigh, D.: Oceňování značky a jeho význam. Praha 2002, Management Press. ISBN 80-7261-073-2

Kapferer J., N.: The new strategic brand management. MPG Books Bodmin. 2008 ISBN 978-0-7494-5085-4. Dostupné na: http://books.google.sk/books?i=8PoItiB7bicC&printsec=frontcover&hl=sk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Aaker, D.: Brand portfolio strategy. 2004. New-York Simon & Schuster. ISBN 0-7432-4938-0. Dostupné na: http://books.google.sk/books?id=MpDur-nHqa4C&printsec=frontcover&dq=brand+management+Aaker&hl=en&sa=X&ei=zpljU-qeNOqI7Ab9soDoDg&redir_esc=y#v=onepage&q=brand%20management%20Aaker&f=false

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ

Poznámky:

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 42						
A	ABS	B	C	D	E	FX
80.95	0.0	16.67	0.0	2.38	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/186M/13	Názov predmetu: Business protokol I
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade so študijným poriadkom FM UK, Vychádza z nasledovnej stupnice. Hodnotenie A = 91-100 % celkového hodnotenia Hodnotenie B = 81-90 % celkového hodnotenia Hodnotenie C = 73-80 % celkového hodnotenia Hodnotenie D = 66-72 % celkového hodnotenia Hodnotenie E = 60-62 % celkového hodnotenia Hodnotenie FX '0-59 % celkového hodnotenia	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Každá situácia je jedinečná, neopakovateľná, opakujú sa iba princípy. Dá sa etiketa naučiť? V spoločnosti nie sme si rovní. Ako (sa) predstavujeme. Ako sa zdravíme. Vizitky. Oslovovanie. Dary a darčeky. Etiketa všedného dňa. Cestujeme spoločne. V hoteli. V kaviarni. Mobilná etiketa. Naša vôňa je náš šat. Šaty robia človeka. Ako sa oblieka muž. Košeľ a kravata. Topánky. Bielizeň. Doplnky. Slávnostné oblečenie. Ako sa oblieka žena. Topánky. Bielizeň. Slávnostné oblečenie. Business dress (dresscode).	
Odporúčaná literatúra: Literatúra: ŠRONĚK,I.: Etiketa a etika v podnikání. Praha, Management press 1995 TÓTH,L.: Protokol a etiketa v diplomacii a obchode. Bratislava 1995 JANUŠKA,L.: Základy spoločenských stykov. Bratislava 1996 BRÁZDOVA,D.: Pravidlá spoločenského správania. Iris 1997 GULLOVÁ, S.: Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol. Grada 2008 ŠPAČEK,L.: Nová veľká kniha etikety. Mladá Fronta 2009 CHORVÁTH,J.: Lexikón slušného správania. Matys 1997	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 127						
A	ABS	B	C	D	E	FX
96.06	0.0	3.15	0.0	0.0	0.0	0.79
Vyučujúci: PaedDr. Janka Chládecká, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/187M/13	Názov predmetu: Business protokol II
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade so študijným poriadkom FM UK, Vychádza z nasledovnej stupnice. Hodnotenie A = 91-100 % celkového hodnotenia Hodnotenie B = 81-90 % celkového hodnotenia Hodnotenie C = 73-80 % celkového hodnotenia Hodnotenie D = 66-72 % celkového hodnotenia Hodnotenie E = 60-62 % celkového hodnotenia Hodnotenie FX '0-59 % celkového hodnotenia	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Spoločenské stolovanie. Prestieranie stola. Servírovanie a obsluha. Ako správne stolovať. V reštaurácii. Ako byť príjemným spoločníkom. Čo je tabu. Bežné spoločenské príležitosti. Rodina. Práca. Návšteva. Prijímací pohovor. V kancelárii. Firemný večierok. Udeľovanie uznaní. Pracovné spoločenské udalosti. Raňajky a brunch. Pracovný obed (business lunch). Pracovné stretnutie. Ideme na veľtrh. Podpisovanie zmlúv. Slávnostné spoločenské udalosti. Recepčia. Banket. Raut. Buffet lunch. Réveillon. Garden party. Raňajky v tráve. Dostihy, golf, jachta. Ani na dovolenke nemá etiketa dovolenku. Kohútí chvost. Vernisáž, krst. Matiné. Čaša vína. Čaj o piatej. Párty, večierok, žúr. Ples. Prípitky a príhovory. Nehody v spoločnosti. Fajčenie a alkohol. Stretávame sa s významnými osobnosťami. Kontakty so svetom. Prvý dojem a imidž v obchodnom protokole a jeho vnímanie rôznymi kultúrami.	
Odporúčaná literatúra: Literatúra: ŠRONĚK,I.: Etiketa a etika v podnikání. Praha, Management press 1995 TÓTH,L.: Protokol a etiketa v diplomacii a obchode. Bratislava 1995 JANUŠKA,L.: Základy spoločenských stykov. Bratislava 1996 BRÁZDOVA,D.: Pravidlá spoločenského správania. Iris 1997 GULLOVÁ, S.: Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol. Grada 2008 ŠPAČEK,L.: Nová veľká kniha etikety. Mladá Fronta 2009	

CHORVÁTH,J.: Lexikón slušného správania. Matys 1997						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 113						
A	ABS	B	C	D	E	FX
96.46	0.0	0.88	0.88	1.77	0.0	0.0
Vyučujúci: PaedDr. Janka Chládecká, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/002M/00	Názov predmetu: Cenové stratégie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Ceny sú dôležitou súčasťou marketingu. Majú významné miesto v rozhodovacích procesoch v oblasti podnikania firiem. Ich prosperita závisí tiež od toho ako manažment danej firmy ovláda aj úlohu a pôsobenie cien v trhovej ekonomike a na základe toho pristupuje ku koncepcii firemnej cenovej politiky a voľbe cenovej stratégie. Pri rozvíjaní trhového mechanizmu, jeho uplatňovaní v prakticky ekonomickej politiky je preto nevyhnutná aj výchova riadiaceho manažmentu, ktorý by kvalifikovane ovládal princípy tvorby cien v trhovom hospodárstve a ich správne uplatňovanie v praxi. K tomu má prispieť aj výučba voliteľného predmetu, ktorého ťažiskovou a obsahovou stránkou by bola tvorba cenovej stratégie firmy.	
Stručná osnova predmetu: 1. Význam cien v trhovej ekonomike, v podnikateľských aktivitách firiem a objasnenie základných pojmov v praxi tvorby trhových cien vo firmách 2. Transformácia ekonomiky na trhové hospodárstvo, realizácia postupných krokov reformy, doiahnuté výsledky, preibeh liberalizácie cien v procese formovania trhovej ekonomiky vo svetle cenového vývoja a inflácie 3. Liberalizácia cien, jej právne a ekonomické aspekty v podmienkach fungujúceho trhového hospodárstva v SR 4. Trhový mechanizmus a jeho fungovanie 5. Modely riadenia hospodárstva 6. Ceny a pôsobenie konkurenčného prostredia na ich tvorbu 7. Praktické uskutočňovanie cenovej politiky štátu a firiem 8. Cenová stratégia firmy - predpoklad tvorby trhových cien 9. Náklady, ceny a trh 10. Kalkulovanie nákladov 11. Cenový prieskum ako nevyhnutný zdroj informácií pre správne určovanie cien 12. Ako správne určiť trhovú cenu	

13. Čo treba mať na zreteli pri určovaní cien
14. Stanovenie hraníc ceny
15. Postup pri stanovení ceny)
16. Aktívny a pasívny prístup pri určovaní cien
17. Metódy určovania cien
18. Kombinovaná metóda tvorby cien
19. Kto nesie zodpovednosť za rozhodovanie o cenách
20. Konečné slovo marketingu v tvorbe cien firmy
21. Regulácia cien v cenovom systéme Slovenskej republiky
22. Cenová kontrola a jej úlohy

Odporúčaná literatúra:

Pricing for profit : how to command higher prices for your products and services / New York : : American Management Association,, 2009. elektronický zdroj: <http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10331721>

M. Oláh – O. Boržik: Ceny – teória a prax, Obchodné podnikanie, Účtovníctvo, Dane, Audit, Kontrola. Royal Service Bratislava, 2000

M. Janok - M. Oláh a kol.: Cenová stratégia. Mika Konzult, 1996

M. Janok: Ekonomické nástroje. Dane - clo – ceny. Mika Konzult, 1996

M. Janok: Kalkulácie. Mika Konzult, 1995

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 30

A	ABS	B	C	D	E	FX
63.33	0.0	20.0	16.67	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Michal Oláh, PhD., doc. PhDr. Zoltán Rózsa, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMk/076M/15		Názov predmetu: Cestovný ruch				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 34						
A	ABS	B	C	D	E	FX
67.65	0.0	29.41	0.0	0.0	0.0	2.94
Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/014M/00	Názov predmetu: Daňovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade so študijným poriadkom FM UK. Vychádza z nasledovnej stupnice: Hodnotenie A = 91 - 100 % celkového hodnotenia Hodnotenie B = 81 - 90 % celkového hodnotenia Hodnotenie C = 73 - 80 % celkového hodnotenia Hodnotenie D = 66 - 72 % celkového hodnotenia Hodnotenie E = 60 - 65 % celkového hodnotenia Hodnotenie FX = 0 - 59 % celkového hodnotenia	
Výsledky vzdelávania: Študent je schopný opísať históriu zdaňovania a vývoj daňových teórií vo svete a v SR, vysvetliť daňový systém SR (priame a nepriame dane) a vplyv daní na rozhodovanie podnikateľských subjektov.	
Stručná osnova predmetu: 1. História zdaňovania 2. História daňovej sústavy v SR 3. Charakteristika daňového systému v SR 4. Definícia, pojem, rozdelenie a klasifikácia daní 5. Nepriame dane, daň z pridanej hodnoty 6. Nepriame dane, spotrebné dane 7. Miestne dane 8. Správa daní a poplatkov 9. Ciele zdaňovania, funkcia verejných financií 10. Daňové princípy, optimálne zdaňovanie, daňová spravodlivosť 11. Vplyv daní na ekonomické správanie a rozhodovanie podnikateľských subjektov 12. Harmonizácia daní v EÚ	
Odporúčaná literatúra: 1. Schultzová, A. a kol.: Daňovníctvo - daňová teória a politika I., 2012, Iura edition 2. Bojňanský, J. a kol.: Dane podnikateľských subjektov, 2010, VES SPU 3. Šíroky, J.: Dane v Európskej únii. 2.vyd. Linde Praha, a s. 2007	

4. Zákon č. 563/2009 Z. z. o správe daní (daňový poriadok) a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov						
5. Zákon č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 382						
A	ABS	B	C	D	E	FX
53.4	0.0	32.46	9.95	0.79	0.26	3.14
Vyučujúci: doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., doc. RNDr. Darina Saxunová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 21.09.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/268M/16	Názov predmetu: Data Science and Big Data Analytics
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Pre úspešné dokončenie predmetu by študenti mali mať základné matematické a štatistické vedomosti (postačujú jednoduché regresie, pravdepodobnosť a popisné štatistiky). Študenti by mali mať tiež vedomosť o skriptovacích jazykoch (alebo programovaní), napríklad Python, Java alebo R a základnú vedomosť databáz. Všetky prerekvizity budú obsiahnuté v materiáloch k Session 0 a dostupné pred začiatkom kurzu.	
Výsledky vzdelávania: Po dokončení tohto kurzu budú študenti schopní použiť analýzu dát na vytvorenie konkurenčnej výhody produktu alebo servisu. Mali by byť taktiež schopní aktívnej účasti na analytických projektoch a projektoch zameraných na Big Data. Študenti budú schopní rozpoznať výzvy ktorým biznis čelí a definovať ich ako analytický problém. Naučia sa aplikovať vhodné techniky a nástroje pre analýzu dát a vytvorenie modelov ktoré odhalia a objasnia kľúčové oblasti problému. Študenti sa naučia vytvárať výstupy na základe spracovaných dát a komunikovať ich s ostatnými zúčastnenými.	
Stručná osnova predmetu: Session 1: Úvod do analýzy Big Data Session 2: Životný cyklus Data Analytics Session 3: Metódy Data Analytics Session 4: Pokročilá Data Analytics Session 5: Technológie a nástroje Session 6: Výstupy a vizualizácia dát	
Odporúčaná literatúra: 1. EMC Education Services. Data Science and Big Data Analytics: Discovering, Analyzing, Visualizing and Presenting Data. John Wiley & Sons, 2015. 2. Miller, Thomas. Modeling Techniques in Predictive Analytics with Python and R: A Guide to Data Science. FT Press, 2014. 3. Provost, Foster, and Tom Fawcett. Data Science for Business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking. " O'Reilly Media, Inc.", 2013. 4. Marsland, Stephen. Machine learning: an algorithmic perspective. CRC press, 2015. 5. Granville, Vincent. Developing analytic talent: Becoming a data scientist. John Wiley & Sons, 2014.	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Anglický						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Eugen Molnár, PhD., Mgr. Rastislav Molnár						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/173M/11	Názov predmetu: Deriváty finančného trhu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Stručný syllabus: Tematický plán - prednášky: 1. Vymedzenie základných pojmov, zaradenie finančných derivátov do štruktúry finančného trhu 2. Termínové kontrakty - základné pojmy, význam a funkcie, princípy oceňovania 3. Forwardy na úrokovú mieru, oceňovanie a využitie, výpočet reálnej hodnoty 4. Forwardy na cudziu menu, oceňovanie a využitie, , výpočet reálnej hodnoty 5. Futures - špecifiká a spôsob obchodovania na burze 6. Futres na úrokovú mieru 7. Futures na cudziu menu 8. Ostatní futures - na indexy, CTD obligácie 9. Swapy - význam a využitie 10. Swapy na úrokovú mieru 11. Devízové swapy 12. Opčné obchody - význam a oceňovanie 13. Základné princípy obchodovania s opcami. 14. Obchodovanie s derivátmi vo vyspelých ekonomikách Tematický plán semináre: 1. Úvodný seminár 2. Cena termínového kontraktu, výnosy a náklady 3. Forwardy na úrokovú mieru 4. Forwardy na cudziu menu 5. Futres na úrokovú mieru 6. Futures na cudziu menu 7. Ostatné futures na indexy, CTD obligácie 8. Úrokové swapy 9. Devízové swapy 10. Oceňovanie opcií	

11. Parita Call & Put
12. Delta hedging a gama hedging
13. Kontrolný test

Odporúčaná literatúra:

Literatúra:

1. Brealey, Richard A. - Myers, Stewart C. Teorie a praxe firemních financi. Translated by Zdeněk Strnad - Vilém Jungmann - Tomáš Hlaváč. Vyd. 1. Praha : Computer Press, 2000. xix, 1064. ISBN 80-7226-189-4.
2. Sharpe, William F. - Alexander, Gordon J. Investice. Translated by Zdeněk Šlehoř. 4. vyd. Praha : Victoria Publishing, 1994. 810 s. ISBN 80-85605-47-3.
3. Blake, David. Analýza finančních trhů. Translated by Aleš Hrnčíř - Petr Šedý - Pavel Šimůnek. Vyd. 1. Praha : Grada, 1995. 623 s. ISBN 80-7169-201-8.
4. Jílek, Josef. Termínové a opční obchody. Vyd. 1. Praha : Grada, 1995. 286 s. ISBN 80-7169-183-6
5. Hull, John. Options, futures, and other derivatives. 7th ed. Upper Saddle River : Pearson Prentice Hall, 2009. xxii, 822. ISBN 978-0-13-601586.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 106

A	ABS	B	C	D	E	FX
89.62	0.0	7.55	2.83	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Ing. Boris Štunc, CSc., Ing. Libuša Čurlejová

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMk/142M/16		Názov predmetu: Diplomový projekt				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniiová, PhD., Mgr. František Olšavský, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc., doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 24.08.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/309M/16		Názov predmetu: Diplomový seminár I				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 1 Za obdobie štúdia: 14 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 1						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 5						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. PhDr. Paulína Stachová, PhD., Mgr. Andrea Studeničová, Mgr. Lucia Vilčeková, PhD., doc. Mgr. Emil Wojčák, PhD., Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., PhDr. Gabriela Bérešová, PhD., Mgr. Eva Brestovanská, PhD., Mgr. Veronika Gežík, PhD., Mgr. Jan Janac, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc., Mgr. Janka Kottulová, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., PhDr. Daniela Majerčáková, PhD., Mgr. Petra Milošovičová, PhD., Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., Ing. Viera Ölvecká, PhD., Mgr. Lucia Paškrtová, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD., doc. RNDr. Darina Saxunová, PhD., Mgr. Ján Smoleň, PhD., doc. Ing. Zuzana Stoličná, PhD., Ing. Boris Štunc, CSc., Mgr. Martin Vozár, PhD., Ing. Jarmila Wefersová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KSP/047M/16		Názov predmetu: Diplomový seminár II				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:						
Dátum poslednej zmeny: 24.08.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/ECB/11		Názov predmetu: E-commerce				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: Úvod do E-commerce, všeobecný prehľad Metodológia implementácie internetového obchodu CMS systémy pre internetové obchody Pravidlá, princípy a chyby internetových obchodov ePlatobné systémy Legislatíva v elektronickom podnikaní Manažment internetových obchodov Marketing internetových obchodov Spoločné prvky najúspešnejších E-shopov Prieskum e-trhu, analýza konkurencie Aukčné systémy, E-tendre, eCRM Sociálne siete ako podpora internetového obchodu Vytvorenie vlastného E-shopu						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 142						
A	ABS	B	C	D	E	FX
86.62	0.0	9.86	2.82	0.0	0.0	0.7
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/190M/13	Názov predmetu: Ekologická ekonómia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: úspešne vykonanie písomnej skúšky	
Výsledky vzdelávania: Základné znalosti o ekologickej ekonómii a jej využití v manažmente ekonomických statkov	
Stručná osnova predmetu: 1. Základné pojmy ekologickej ekonómie: termodynamické zákony, reziliencia a evolučná teória v ekonómii. Prepojenie socio-ekonomických a ekologických systémov a dôsledky pre udržateľnosť. Stabilita a zraniteľnosť prírodných systémov v globálnom prostredí. 2. Komparácia myšlienkových smerov ekonomických teórií a analýza vzájomných väzieb k ekologickej ekonómii. 3. Rozvojové teórie a globálne environmentálne zmeny: (a) sociálny metabolizmus (vyčerpávanie prírodných zdrojov a energie, populačný rast atd.) b) zelený rast sociálno-environmentálne aspekty modernej a postmodernej spoločnosti v kontexte stratégií EÚ 3: Inštitúcie ako nástroj manažmentu prírodných zdrojov a rozhodovanie 4. Kolektívna voľba a teória zdieľaných statkov ako stratégia manažmentu prírodných zdrojov podmienkach globálneho trhu 4. Spoločenské pravidlá fungovania ekonomických systémov, úloha štátu v trhovom hospodárstve: aplikácia v politike životného prostredia a manažmente prírodných zdrojov 8. Ekonomické hodnotenie ŽP: ortodoxný a heterodoxný prístup 9. Ekosystémové služby a trhové nástroje manažmentu prírodných zdrojov	
Odporúčaná literatúra: Sláviková, L. Vejchodská, E, Slavík J, a kol. Ekonomie životního prostředí – teorie a politika Alfa 2012. Michael Common, Sigrid Stagl: Ecological Economics, An Introduction. Cambridge University Press 2005. Kluvánková-Oravská, Tatiana et al. 2010. From Government to Governance? New Governance for Water and Biodiversity in Enlarged Europe. Alfa Printing, 233s. ISBN 978-80-87197-28-8. Anderies, J.M., Janssen, M.A. Sustaining the Commons, Arizona State University, 2013, pp. 167. Louda, J., Jílková, J: Udržitelný rozvoj – ekonomický a politický pohľad, Alfa 2012.	

Druga, P, Fedák M, Kahanec, M, Kičina R, Kluvánková-Oravská, T, Sipko, S, Vantuch J, 2011: Europa 2020. s. 108 publikácia EU, doi:10.2775/22335,						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: written exam						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 11						
A	ABS	B	C	D	E	FX
54.55	0.0	27.27	9.09	0.0	0.0	9.09
Vyučujúci: prof. Mgr. Tatiana Kluvánková, PhD., Mgr. Veronika Gežík, PhD., Ing. Martin Špaček						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/014M/15		Názov predmetu: Etický hacking				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 20						
A	ABS	B	C	D	E	FX
85.0	0.0	5.0	5.0	0.0	0.0	5.0
Vyučujúci: Mgr. Vincent Karovič, PhDr. Peter Veselý, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/252M/16	Názov predmetu: Európska ekonomická integrácia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Absolvovanie predmetu je podmienené úspešným absolvovaním ústnej skúšky, pričom študenti musia spĺňať požiadavky upravené v Študijnom poriadku Fakulty managementu UK v Bratislave. Počas semestra sú študenti priebežne skúšaní formou písomných testov a vyžaduje sa aktívna účasť na seminároch.	
Výsledky vzdelávania: Zavedenie predmetu sa hodnotí ako nevyhnutná spoločenská potreba zohľadňujúca samotné členstvo SR v EÚ a z neho vyplývajúce dôsledky. Cieľom predmetu je oboznámiť študentov s fungovaním ekonomických slobôd, t. j. voľný pohyb tovaru, osôb, služieb a kapitálu, ako aj s inými vnútornými politikami EÚ. Prostredníctvom predmetu si študenti osvojujú základné poznatky potrebné na vykonávanie hospodárskej činnosti v členských štátoch EÚ.	
Stručná osnova predmetu: 1. Voľný pohyb tovaru 2. Voľný pohyb osôb 3. Sociálne zabezpečenie 4. Ochrana základných práv podľa Charty základných práv EÚ 5. Vzájomné uznávanie dokladov o vzdelaní 6. Voľný pohyb služieb 7. Voľný pohyb kapitálu 8. Ochrana spotrebiteľa 9. Rozpočtová politika 10. Hospodárska, sociálna a územná súdržnosť 11. Spoločná obchodná politika	
Odporúčaná literatúra: 1. Nováčková, D. a Kovalančíková, V.: Podnikanie v európskom hospodárskom priestore, 184 s. Palatia Nyomda & Kiadó, Bt. Győr, 2013, ISBN 978-963-7692-41-3 2. Nováčková, D. Zemanovičová, D.: Vnútorné politiky a činnosti EÚ, A. Čeněk, Plzeň 2014, ISBN 978-800-7380-498-5 3. Zmluva o fungovaní Európskej únie, Ú. v. EÚ C 83 z 30.3.2010	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: nemecky, anglicky,						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 42						
A	ABS	B	C	D	E	FX
33.33	0.0	21.43	33.33	7.14	2.38	2.38
Vyučujúci: prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., Ing. Jarmila Wefersová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/193AJM/12		Názov predmetu: Európska integrácia /AJ/				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 6						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: I., II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 138						
A	ABS	B	C	D	E	FX
23.19	0.0	52.9	18.84	4.35	0.72	0.0
Vyučujúci: prof. Ing. Dušan Šoltés, CSc.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/183M/12		Názov predmetu: Európske právo				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: Stručný sylabus: 1. Historický vývoj európskej integrácie 2. Pramene európskeho práva 3. Inštitucionálny systém Európskej únie 4. Spoločný trh a vnútorný trh 5. Voľný pohyb tovaru 6. Voľný pohyb osôb 7. Voľný pohyb služieb 8. Voľný pohyb kapitálu 9. Hospodárska súťaž 10. Štátna pomoc 11. Vzťah SR a EÚ						
Odporúčaná literatúra: Literatúra: Zmluva o založení Európskeho spoločenstva , OJ C 321 z 29.12.2006 Relevantná právna úprava ES						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 155						
A	ABS	B	C	D	E	FX
47.74	0.0	27.1	13.55	5.81	3.23	2.58
Vyučujúci: prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., Mgr. Petra Milošovičová, PhD.						

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/012M/00		Názov predmetu: Expertné systémy				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 7						
A	ABS	B	C	D	E	FX
71.43	0.0	28.57	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., RNDr. Eva Kostrecová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/028M/00	Názov predmetu: Finančná analýza, kontrola a audit
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie je v súlade so študijným poriadkom FM UK.	
Výsledky vzdelávania: Študent pri absolvovaní predmetu získava komplexný prehľad o kredite kvantitatívnych analýz v hospodárskych podmienkach.	
Stručná osnova predmetu: • Význam, poslanie, úlohy a ciele finančnej analýzy. • Metodológia finančnej analýzy a jej uplatňovanie pri rozboroch hospodárskej činnosti. • Systémový prístup pri finančnej analýze. Obsahová náplň finančnej analýzy. • Analýza a kontrola výrobných faktorov v podnikateľskej sfére. • Analýza finančného hospodárenia firmy. • Operačný a finančný leverage. Analýza získavania cudzích zdrojov. • Analýza a kontrola finančnej situácie z hľadiska podnikateľskej stratégie. • Analýza a kontrola financovania firmy v nadväznosti na získavanie cudzích zdrojov. • Analýza likvidity firmy. Analýza nákladov a nákladovosti. • Analýza hospodárskeho výsledku firmy. Analýza rentability, aktivity, zadĺženosti a oceňovania • Kritický bod rentability. Pyramídové analýzy. • Analýza cirkulujúcich aktív, fixných aktív, sortimentačnej náplne činnosti firmy, cenovej stratégie firmy, podnikateľskej stratégie pri väzbách medzi vstupmi a výstupmi firmy. • Fundamentálna a technická analýza, analýza rizík. • Finančná analýza a audit.	
Odporúčaná literatúra: Hammer, M.- Champy J.: Reengineering the corporation, New York, Harper Collims Publ. 1998 Klučka J.: Finančné problémy firiem, Bratislava, Epos 1998 Hoggins: Analýza pro finančný management, Praha, Grada Publishing 1997 Kares L.: Audítorstvo, Bratislava, Elita, 1998 Grasseová M. a kol.: Analýza podniku, Brno, ComputerPress 2010 Kislingerová E., Hmilica J.: Finanční analýza-krok za krokem, Praha CMBack 2005 Ružičková A., Paveleková D, Stekar K.: Finanční analýza Praha Grada Pub 2013	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 86						
A	ABS	B	C	D	E	FX
83.72	0.0	12.79	3.49	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. RNDr. Darina Saxunová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/156M/10		Názov predmetu: Finančné poradenstvo a finančné produkty				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: • Úvod do problematiky • Bankové produkty • Poistné produkty • Leasing • Investovanie a podielové fondy • Princíp tvorby finančného portfólia • Obsah finančného portfólia • Využitie finančných produktov v malom a strednom podnikaní						
Odporúčaná literatúra: 1. Chovancová, B. a kol.: Finančný trh – nástroje, transakcie, inštitúcie. Bratislava, IURA Edition, 2006						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 111						
A	ABS	B	C	D	E	FX
98.2	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Jan Janac, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/033M/00	Názov predmetu: Finančné účtovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1. Finančné účtovníctvo – cieľ, predmet a funkcie, koncepčný rámec finančného účtovníctva, akruálna báza a hotovostná báza 2. Zostavenie všetkých základných finančných výkazov 3. Manipulácia s výsledkom hospodárenia, Realizačný princíp uznania výnosov / Earnings of the higher and lower quality, Recognition of the income 4. Krátkodobé aktíva – peniaze a peňažné ekvivalenty, pohľadávky/ Current assets 5. Zásoby/Inventories 6. Dlhodobé aktíva/ Long term assets 7. Finančný majetok/ Short-term and long-term investments 8. Krátkodobé záväzky/ Current Liabilities 9. Dlhodobé záväzky/ Long-term liabilities 10. Operačný a finančný lízing / Operating and Financial Lease 11. Vznik spoločnosti, vlastné imanie / Shareholders' Equity 12. Výsledok hospodárenia, jeho prerozdelenie – EPS, P/E, atď 13. Dividendy – hotovostné a akciové dividendy /Cash and stock dividends	
Odporúčaná literatúra: 1. Stickney, Weil – Financial Accounting and Analysis – theory, analysis and interpretations, 13th edition, 2010 2. Revsine: Financial Statement and Analysis, Prentice Hall, 4th edition, 2009 3. Krištofik, P. – Saxunová, D. – Šuranová, Z.: Finančné účtovníctvo a riadenie s aplikáciou IAS/ IFRS, Iura Edition, Bratislava 2011 4. Saxunová, D.: Ako správne rozumieť informáciám z ÚZ, Iura Edition, Bratislava 2008 5. Saxunová, D.: Financial Accounting : Financial statements - theory and problems, Creativ Line, 2011	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 711						
A	ABS	B	C	D	E	FX
14.35	0.0	20.39	23.21	13.78	16.88	11.39
Vyučujúci: doc. RNDr. Darina Saxunová, PhD., Mgr. Lenka Chorvatovičová, Mgr. Mário Papík, Mgr. Rita Szarková						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/037M/00	Názov predmetu: Finančný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Stručný sylabus: Analýza peňažných tokov projektov: faktory, ktoré ovplyvňujú peňažné toky projektu, hodnota manažérskej opcie projektu, hodnotenie projektov s nerovnakou dĺžkou životnosti, optimálna ekonomická životnosť projektu, inflačné vplyvy na peňažné toky projektov Analýza rizík a optimálny kapitálový rozpočet: riziko projektu, citlivostná analýza a analýza možných scenárov, simulácia Monte Carlo, rozhodovacie stromy, optimálny kapitálový rozpočet, racionalizácia kapitálu Dlhodobé finančné plánovanie: formálne finančné výkazy – metóda konštantného pomeru, formula pre výpočet dodatočných zdrojov financovania, lineárne i nelineárne prognostické modely, finančný kontrolný systém Úvod do teórie a praxe kapitálových štruktúr: podnikateľské riziko a faktory, ktoré ho ovplyvňujú, finančné riziko, základné teórie kapitálových štruktúr, optimálna kapitálová štruktúra Dividendová politika: teórie preferencií investorov, reziduálny dividendový model, praktická dividendová politika a faktory, ktoré ju ovplyvňujú Zdroje dlhodobého financovania: akciové trhy, organizované burzy a OTC-trhy, typy transakcií na akciových trhoch, výhody i nevýhody kmeňových akcií, proces investičného bankovníctva, dlhopisy a ich rating, výhody i nevýhody financovania z cudzích zdrojov, základné charakteristiky lízingu, výhody lízingového financovania, prioritné akcie – výhody i nevýhody, warranty, konvertibilné dlhopisy Manažment obežného majetku: pracovný (prevádzkový) kapitál, alternatívne investičné politiky financovania obežného majetku, prevádzkový kapitál a ekonomická pridaná hodnota Manažment peňažných prostriedkov v hotovosti: cyklus hotovosti, zdroje a použitie hotovosti, rozpočet peňažných prostriedkov v hotovosti Manažment zásob a manažment pohľadávok: zásoby a náklady z ich držania, príklady systémov manažmentu zásob, analýza pohľadávok, monitoring pohľadávok, finančná i nefinančná analýza odberateľa, vymáhanie pohľadávok, diskont pre zákazníkov, zmena platobných podmienok	

Krátkodobé financovanie: financovanie aktív – agresívny i konzervatívny prístup, alternatívy financovania obežných aktív, zdroje krátkodobého financovania, obchodný úver a jeho náklady
 Krátkodobé financovanie – bežné bankové úvery: techniky úverovania, formy zabezpečenia úverov, bankové úvery a ich cena, kritéria výberu bankového domu
 Krátkodobé financovanie – zmenky, factoring: funkcie zmenky, podstatné náležitosti vlastnej i cudzej zmenky, druhy factoringu, výhody i nevýhody factoringu
 Cyklus konverzie peňažných prostriedkov v hotovosti: cyklus konverzie, Baumolov model, optimálny transfer hotovosti, simulácia Monte Carlo a bezpečnostná hladina hotovosti, rozpočet peňažných prostriedkov v hotovosti
 Odhad optimálnej hladiny zásob: metódy oceňovania zásob, optimálna veľkosť objednávky, skonto a citlivostná analýza

Odporúčaná literatúra:

Literatúra:

1. Komorník J., Majerčáková D., Husovská M.: Finančný manažment, Kartprint 2011
2. Brigham, E. F., Ehrhardt, M. C.: Financial Management, 13th Edition, Thomson, South-Western, 2005
3. Brealey, R. A., Myers, S. C.: Principles of Corporate Finance, 7th Edition, McGraw Hill, 2003
4. Vlachynský, K., Kráľovič, J.: Finančný manažment, Elita, 2004

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 2455

A	ABS	B	C	D	E	FX
20.49	0.0	25.58	18.09	12.99	13.77	9.08

Vyučujúci: prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc., Mgr. Martin Vozár, PhD., Ing. Katarína Gabrišková, PhD., PhDr. Daniela Majerčáková, PhD., Mgr. Monika Roštárová, Mgr. Andrea Zajačková, PhD., RNDr. Zuzana Jančovičová, Mgr. Ján Smoleň, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/003M/00	Názov predmetu: Firemný etický kódex
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Ide o 100 % priebežné hodnotenie na základe plnenia zadaných úloh (90%) a aktívnej účasti na hodine (10%). Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študenti získajú najnovšie poznatky o tvorbe firemných etických kódexov a naučia sa metodiku ich tvorby.	
Stručná osnova predmetu: 1. Etický program organizácie. 2. Inštitucionalizácia etiky v organizácii. 3. Podstata etických kódexov. 4. Formy etického kódexu. 5. Význam firemného etického kódexu. 6. Postup pri tvorbe firemného etického kódexu. 7. Obsah firemného etického kódexu. 8. Štruktúra firemného etického kódexu. 9. Mechanizmy na podporu firemného etického kódexu. 10. Aplikácia firemného etického kódexu. 11. Kontrola fungovania firemného etického kódexu. 12. Zmena firemného etického kódexu.	
Odporúčaná literatúra: REMIŠOVÁ, A. (2015). Súčasný trendy podnikateľskej etiky. Od teórie k praxi. Bratislava: Wolters Kluwer. Vybrané etické kódexy na internete.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 115						
A	ABS	B	C	D	E	FX
80.87	0.0	13.04	4.35	0.87	0.0	0.87
Vyučujúci: prof. PhDr. Anna Remišová, CSc., doc. Mgr. Anna Lašáková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/184M/12	Názov predmetu: FOREX
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Počas semestra budú študenti hodnotení max 30 bodmi za svoju aktivitu - reakcie na otázky k preberanej problematike, mapovanie aktuálneho diania vo svete a osobitne na forexovom trhu. Na záver semestra odovzdajú študenti projekt hodnotený na max 70 bodov, v rámci ktorého vysvetlia a dokladujú výsledky vlastnej stratégie aplikovanej na vybrané menové páry obchodované na demo verzii. Celkové hodnotenie 100 bodov je rozdelené do jednotlivých klasifikačných stupňov A - FX podľa pravidiel UK - FM.	
Výsledky vzdelávania: Študent absolvovaním tohto predmetu zvýši svoju finančnú gramotnosť o poznatky v oblasti obchodovania na forexovom trhu nielen v teoretickej ale hlavne v praktickej rovine. Bude schopný po absolvovaní predmetu otvoriť si reálny účet u brokera a obchodovať na vlastný účet alebo sa zamestnať v inštitúcii špecializovanej na obchodovanie pre klienta (banka, broker, ďalší sprostredkovatelia, regulátori a pod.)	
Stručná osnova predmetu: 1. Stručná história forexového obchodovania, podstata FOREXu 2. Nástroje obchodovania na FOREXe 3. Oboznámenie sa s demo verziou obchodnej platformy. 4. Využitie deskriptívnej štatistiky pri analýze na FOREXe 5. Využitie indikátorov, čiar, sviečok a obrazcov pri obchodovaní 6. Trendovanie na trhu – rôzne typy formácií 7. Technická analýza I. – využitie indikátorov volatility, objemu, hybnosti, cyklov, supportu a rezistencie, sentimentu, šírky trhu 8. Fundamentálna analýza I. 9. Fundamentálna analýza II. 10. Money manažment pri obchodovaní na FOREXe	
Odporúčaná literatúra: 1. Demjan V., Ižip R., Moravčík, M.: Pravda a mýty o forexe. Bratislava: TRIM S& P 2011 2. FOREX – jak zbohatnout a nekrást. Grada ISBN 978-80-247-3739-3 3. Hartman, O. – Turek, L.: První kroky na FOREXu. Computer Press 2009 4. Hartman, O. – Turek, L.: Manuál forexového obchodníka. Czechwealth 2009	

5. Hartman, O.: Jak se stát forexovým obchodníkem. FXstreet 2009
6. Horner, R. : FOREX tradingem k maximálním ziskům. Computer Press 2011
7. Kotlebová, J. - Chovancová, B.: Mezinárodní finanční centra - změny v globální finanční architektuře. Bratislava 2010

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 52

A	ABS	B	C	D	E	FX
17.31	0.0	11.54	36.54	19.23	1.92	13.46

Vyučujúci: doc. Ing. Jana Kotlebová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/144M/10		Názov predmetu: Francúzsky seminár (1)				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: Časová hodnota peňazí: Rekapitulácia základných konceptov časovej hodnoty peňazí (súčasná hodnota, budúca hodnota, annuita, perpetuita, výnosy peňažných trhov...) aplikáciou na príklady z praxe. Devízové trhy: Spotové trhy - definícia kurzového rizika, inštitúcie pôsobiace na devízových trhoch, spracovanie transakcií, priame a nepriame kotácie, krížové kotácie, riadenie otvorených pozícií, výpočet ziskov a strát, tvorcovia trhu a užívatelia trhu. Forwardové trhy – výpočet nákupných a predajných cien, hedgingové stratégie, krížové kotácie, výpočet ziskov a strát. Swapové trhy – hedgingové a obchodné stratégie. Opčné trhy – základné “vanilla” opcie. Trhy úrokových sadzieb: Definícia rizika úrokových sadzieb, tvorcovia trhu a užívatelia, nástroje zabezpečenia sa proti úrokovým rizikám (Forward rate agreement, úrokové swapy, úrokové opcie).						
Odporúčaná literatúra: Literatúra: „Foreign Exchange and Money markets: Theory, Practice and Risk management“. Bob Steiner						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 66						
A	ABS	B	C	D	E	FX
78.79	0.0	16.67	3.03	1.52	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Anna Jurišová						

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/145M/10		Názov predmetu: Francúzsky seminár (2)				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: 1. Historické východiská finančného systému v EÚ a vo Francúzsku 2. Rozvoj a význam finančného sprostredkovania 3. Základné charakteristiky finančného systému v EÚ 4. Analýza finančného trhu po segmentoch (banky, poisťovne, dôchodkové fondy...) 5. Jednotný európsky trh a legislatíva 6. Aktuálne trendy a riziká vo finančnom sektore: Francúzsko a EÚ 7. Finančný systém a menová politika (banky a eurozóna) 8. Finančná stabilita						
Odporúčaná literatúra: • Banque Centrale Européenne: www.ecb.int • Organisation de coopération et de développement économiques: www.ocde.org						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 29						
A	ABS	B	C	D	E	FX
79.31	0.0	10.34	6.9	0.0	0.0	3.45
Vyučujúci: PhDr. Štefan Rychtárik, PhD., Dr. Frédéric Delaneuville, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/152M/10		Názov predmetu: Globalizácia a regionalizácia				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 54						
A	ABS	B	C	D	E	FX
38.89	0.0	33.33	12.96	1.85	1.85	11.11
Vyučujúci: Dr. Frédéric Delaneuville, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/013M/00		Názov predmetu: Informačné a komunikačné technológie				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 65						
A	ABS	B	C	D	E	FX
96.92	0.0	0.0	3.08	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., Mgr. Vincent Karovič, Ing. Vincent Karovič, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/269M/16	Názov predmetu: International Public Policy
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Študenti by mali ovládať základy teórií medzinárodných vzťahov, verejnej politiky a fungovania medzinárodných inštitúcií. Očakáva sa porozumenie a produkcia prác v anglickom jazyku na pokročilej úrovni (min. B2).	
Výsledky vzdelávania: Tento kurz pomôže študentom porozumieť verejnú politiku a súvisiace problematiky ako aj fungovanie politických inštitúcií, procesov a špecifických verejných politík na svetovej scéne. Ako je verejná politika vytváraná? Akí aktéri sa na tom podieľajú? Aké problémy sprevádza spolupráca a aké implikácie to má pre tvorbu politík? Porozumeniu bude pomáhať široká škála preberanej akademickej aj praktickej práce. Pozornosť bude venovaná medzinárodným témam ako pirátstvo a humanitárna práca, ako aj súvisiace prierezové témy ako organizačný manažment a behaviorálna ekonómia.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do medzinárodnej verejnej politiky 2. Aktéri tvorby politík 3. Výzvy a problémy spolupráce a tvorby politík 4. Globálne verejné politiky I 5. Globálne verejné politiky II 6. Behaviorálna a ekonomická perspektíva na tvorbu verejných politík	
Odporúčaná literatúra: - Baylis, J., Smith, S. and Owens, P. (2011). The globalization of world politics. New York: Oxford University Press. - Burchill, S. and Linklater, A. (2009). Theories of International Relations. Basingstoke [etc.]: Palgrave Macmillan. - Dunne, T., Kurki, M. and Smith, S. (2007). International relations theories. Oxford: Oxford University Press. - Ferlie, E., Lynn, L. and Pollitt, C. (2005). The Oxford handbook of public management. Oxford: Oxford University Press. - Walt, S. (1998). International Relations: One World, Many Theories. Foreign Policy, (110), p.29.	

- Wilson, J. (1989). Bureaucracy. New York: Basic Books.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Anglický						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Jana Trnovská, Mgr. Rastislav Molnár						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/018M/00		Názov predmetu: Intranet				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 45						
A	ABS	B	C	D	E	FX
97.78	0.0	2.22	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., PhDr. Peter Veselý, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD., Mgr. Vincent Karovič						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/019M/00		Názov predmetu: Intranet				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 213						
A	ABS	B	C	D	E	FX
99.06	0.0	0.94	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KSP/057M/14		Názov predmetu: Intrapreneurship				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Jana Volná, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/054M/00	Názov predmetu: Investičné bankovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade so štúdiným poriadkom FM UK. Vychádza z nasledovnej stupnice: Hodnotenie A = 91 - 100% celkového hodnotenia Hodnotenie B = 81 - 90% celkového hodnotenia Hodnotenie C = 73 - 80% celkového hodnotenia Hodnotenie D = 66 - 72% celkového hodnotenia Hodnotenie E = 60 - 65% celkového hodnotenia Hodnotenie FX = 0 - 59% celkového hodnotenia	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu študent získava komplexný pohľad na fungovanie veľkých medzinárodných investičných bánk na svetových trhoch, ich špecifické činnosti, ktoré sa orientujú na rôzne oblasti podnikateľskej činnosti v rámci rôznych regiónov sveta.	
Stručná osnova predmetu: Stručný syllabus: 1. Investičné bankovníctvo – vymedzenie pojmov investície, investičná banka, investičné bankovníctvo. Charakteristika investičného bankovníctva a modely usporiadania investičných bánk vo svete (USA a v Západnej Európe) a u nás. 2. Investičné nástroje a investičné služby - úloha investičných bánk pri emisných operáciách. 3. Obchody s cennými papiermi - obchodovanie na vlastný účet a účet klienta. Druhy obchodov. Požičiavanie cenných papierov a poskytovanie úverov na investičné obchody. 4. Ochrana proti zneužitiu (Chine´s Walls) „Inside informácie“ a insideri pri obchodovaní. Problém zneužitia inside informácií v rámci univerzálneho modelu bankovníctva. 5. Správa portfólia pre klienta – zostavenie portfólia, revízia portfólia, meranie jeho výkonnosti. Problém diverzifikácia portfólia so zreteľom na riziko. Zabezpečenie sa proti riziku formou hedgingu. 6. Tvorba nových štruktúrovaných produktov pre klientov. 7. Aktivity v oblasti asset managementu, obchodovanie s realitami. Ostatné aktivity. Medzinárodné aktivity. 8. Spôsoby získavania kapitálu. Vlastné kapitálové investície. Venture kapitál.	

9. Sekuritizácia aktív, projektové financovanie. 10. Úloha investičných bánk pri fúziách a akvizíciách. Špekulatívne kúpy, reštrukturalizácia a rekapitalizácia spoločností. Reorganizácia bankrotujúcich a problémových spoločností. 11. Analýzy a oceňovanie firiem. Metódy a postupy pri oceňovaní firiem. Analýza histórie firmy. 12. Prognózovanie činností. Odhady budúcej hodnoty. Majetkové, výnosové ocenenie firmy a ďalšie metódy. 13. Aktuálne problémy investičného bankovníctva vo svete.						
Odporúčaná literatúra: Literatúra: 1. Blake, D.: Analýza finančných trhov, Praha, 1995, Grada 2. Rose, P.S.: Peňažné a kapitálové trhy, Praha, Victoria Publishing 3. Chovancová a kol.: Investičné bankovníctvo, Ekonóm, Bratislava 2005 4. Chovancová a kol.: Investičné bankovníctvo, IURA Edition, Bratislava 2009 5. Smernice EÚ v oblasti investičného bankovníctva						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 168						
A	ABS	B	C	D	E	FX
72.62	0.0	18.45	7.14	1.19	0.0	0.6
Vyučujúci: prof. Ing. Božena Chovancová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/046M/13		Názov predmetu: IT Business				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 25						
A	ABS	B	C	D	E	FX
84.0	0.0	8.0	8.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: PhDr. Peter Veselý, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/047M/13		Názov predmetu: IT Business				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 27						
A	ABS	B	C	D	E	FX
29.63	0.0	25.93	29.63	3.7	3.7	7.41
Vyučujúci: Mgr. Ing. Michal Šefara, PhD., PhDr. Peter Veselý, PhD., Mgr. Martina Halás Vančová, MSc., doc. Ing. Natalia Kryvinska, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/189M/13		Názov predmetu: Kolektívny manažment a kolektívna voľba				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: príprava a prezentácia referátu na vybranú tému sylabu predmetu a aktívna účasť na seminároch formou individuálnych zadání.						
Výsledky vzdelávania: Očakávaným výsledkom je nadobudnutie znalostí z obasti kolektívneho manažmentu verejných a zdieľaných statkov, samostatná a skupinová práca						
Stručná osnova predmetu: 1. Typológia ekonomických statkov a režimov manažmentu 2. Zdieľané statky a komunitný režim manažmentu 3. Kolektívna voľba ako stratégia manažmentu podmienkach globálneho trhu 4. Analitické prístupy k hodnoteniu efektívnosti režimov manažmentu 5. Príklady aplikácie z praxe manažmentu prírodných a urbánnych statkov						
Odporúčaná literatúra: Sláviková, L. Vejchodská, E, Slavík J, a kol. Ekonomie žitovného prostredia – teorie a politika Alfa 2012. Anderies, J.M., Janssen, M.A. Sustaining the Commons, Arizona State University, 2013, pp. 167.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: angličtina						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: prof. Mgr. Tatiana Kľuvánková, PhD., Mgr. Veronika Gežík, PhD., Ing. Martin Špaček						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/007M/00	Názov predmetu: Komunikácia s verejnosťou - PR
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 60% priebežné hodnotenie, 40% skúšobné obdobie Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť základné informácie o východiskách, zásadách a praxi komunikácie s verejnosťou, budovanie vzťahov k verejnosti a spôsoby využívania nástrojov public relations v manažmente a v marketingu.	
Stručná osnova predmetu: Komunikácia ako spoločenský fenomén. PR ako forma komunikácie. Public relations ako funkcia manažmentu. PR ako nástroj riadenia. Public relations ako nástroj marketingovej komunikácie-súčasť komunikačného mixu. Nástroje public relations. Plánovanie, organizácia PR. Práca s agentúrami PR. Východiská PR. Podniková identita, dizajn, kultúra, komunikácia a imidž. Press relations. Verejná mienka. Hovorca. Tlačová beseda. Public relations a etika v podnikaní. Kodexy. Public affairs. Lobbying. Public relations a krízová komunikácia. Nové trendy v PR.	
Odporúčaná literatúra: BLACK, Sam. 1994. Nejúčinnější propagace. Public relations. Praha: Grada Publishing, 1994. LESLY, Philip. 1995. Public relations. Praha: Victoria Publishing, 1995. KOTLER, Philip. 1998. Marketing Management. Analýza, plánování, využití, kontrola. Praha: Grada Publishing, 1998. KOPECKÝ, Ladislav. 2013. Public relations. Dějiny – teorie – praxe. Praha: Grada Publishing, 2013...	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	

SJ, AJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 135						
A	ABS	B	C	D	E	FX
67.41	0.0	20.0	7.41	2.96	2.22	0.0
Vyučujúci: doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/010M/00	Názov predmetu: Komunikačné techniky v marketingu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 60% priebežné hodnotenie, 40% skúšobné obdobie Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je prehĺbenie základných všeobecných poznatkov o profesionálnej komunikácii manažéra v marketingu a poznatkov o vybraných nástrojoch marketingovej komunikácie.	
Stručná osnova predmetu: Sociálna komunikácia . Teória komunikácie. Masová komunikácia. Komunikačné techniky manažéra v obchodnom rokovaní . Komunikačné techniky lobovania. Interkultúrne rozdiely v komunikačných technikách v marketingu. Komunikácia s verejnosťou. Prezentácie manažérov v marketingovej komunikácii. Uplatnenie komunikačných zručností manažéra v marketingu. Predajné zručnosti manažérov. Techniky guerillového marketingu. Klamstvo, lož, manipulácia v marketingu. Etika v marketingovej komunikácii. Využitie vybraných prvkov NLP v marketingu.	
Odporúčaná literatúra: ČERNÝ, V. 2003. Prodejní techniky. Brno : Computer Press, 2003. DEFLEUR,M.L. – Rokeachová- Ballová ,D.J. 1996. Teorie masové komunikace. Praha : Univerzita Karlova,1996. HORÁKOVÁ, J. –STEJSKALOVÁ, D. – ŠKAPOVÁ, H. 2000. Stratégie firemní komunikace. Praha : Management Press,2000. HURST, B.1994. Encyklopedie komunikačních technik. Praha: Grada Publishing ,1994. LEY, D.F.1995.Najlepší obchodník. Bratislava: Aktuell,1995.	

PELSMACKER,, de P. – GEUENS,M. – BERGH,J.van.D. 2003. Marketingová komunikace. Praha : Grada,2003.
 SCOTT,D.M.2008.Nová pravidla marketingu a PR.Brno:Zoner,2008.
 FORET,M.2000.Jak komunikovat se zákazníkem.Praha: Computer Press,2000.
 LI,CH.- BERNOFF,J.2010.Spodná vlna.Bratislava : Nadácia Tatra banky,2010.
 KOPECKY,Ladislav.2013.Public relations .Dějiny – teorie – praxe .Praha : Grada Publishing,2013...

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
 slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 54

A	ABS	B	C	D	E	FX
57.41	0.0	22.22	14.81	3.7	1.85	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/011M/00	Názov predmetu: Kreativita v marketingu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 70 percent počas semestra, 30 percent v skúšobnom období Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je oboznámiť študentov s princípmi kreatívnej tvorby v marketingovej komunikácii, so základnými kreatívnymi technikami, ktoré sa využívajú pri tvorbe marketingových a reklamných kampaní. Štruktúra predmetu zahŕňa faktory ovplyvňujúce kreativitu, proces hľadania systémových chýb a nachádzania kreatívnych riešení. Sústreďuje sa hlavne na riešenia vychádzajúce z praxe kreatívnych tímov, na prepracované techniky brainstormingu, SWOT analýzy, synektiky, vytvárania myšlienkových máp a prípravy veľkých inscenovaných podujatí. Všíma si aj zákonitosti, ktoré platia pri vytváraní nových silných značiek, ako aj princípy starostlivosti o úspešné značky pomocou reklamných kampaní a PR aktivít.	
Stručná osnova predmetu: 1. Kreativita v marketingovej komunikácii – úvod do problematiky. 2. Kreativita a jej rozvíjanie. 3. Kreatívne techniky v praxi. 4. SWOT analýza a myšlienkové mapy. 5. Kreativita pri tvorbe novej značky. 6. Ako briefovať agentúru – komunikačné zadanie. 7. Kreatívna činnosť v reklamných agentúrach. 8. Kreatívna činnosť v PR agentúrach. 9. Tvorba reklamnej kampane. 10. Tvorba reklamných televíznych a rozhlasových scenárov. 11. Kreativita pri inscenovaní veľkých firemných a spoločenských podujatí. 12. Kreativita v politickom marketingu. 13. Prezentácie reklamných kampaní kreatívnymi tímami študentov. 14. Záverečný test a hodnotenie.	
Odporúčaná literatúra: Dahlen, Micael. Creativity unlimited : thinking inside the box for business innovation / Chichester, England; Hoboken, N.J. : John Wiley,, c2008. elektronický zdroj http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10377812 Philip Kotler: Marketing management, Praha, Grada Publishing 2001. 2. Petr Žák: Kreativita a její rozvoj, Brno, Computer Press 2004. 3. Pavel Horňák: Nová abeceda reklamy, Central European Advertising 2003. 4. Jon Steel: Reklama, průzkum, příprava a plánování, Brno, Computer Press 2003.	

5. David A. Aaker: Brand Building, Brno, Computer Press 2003. 6. Z. Křížek, I. Crha: Jak psát reklamní text, Praha. Grada Publishing 2003. 7. David Ogilvy: Ogilvy o reklamě, Praha, Managment Press 1996. 8. Stratégie.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 175						
A	ABS	B	C	D	E	FX
78.86	0.0	17.71	2.29	0.57	0.0	0.57
Vyučujúci: PhDr. Jozef Heriban						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/022M/00		Názov predmetu: LINUX				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: • Historický vývoj pohľadov na software a jeho tvorbu. Od kolektívnej inteligencie po komunitný vývoj. • Princípy a riadenie vývoja open-source projektov, zdroje motivácie komunitných vývojárov • Formalizácia a inštitucionalizácia open-source projektov, úspešné komerčné a nekomerčné projekty a ich obchodné modely • Úvod do operačného systému GNU/Linux, prehľad jeho distribúcií a príbuzných systémov • Inštalácia systému, základných programových balíkov, príprava systému pre bežné kancelárske a domáce použitie, nastavenie periférnych zariadení. • Úvod do serverových služieb pre malú počítačovú sieť, nastavenie siete a bezpečnosť • Práca s príkazovým riadkom a špecializovanými programami v prostredí GNU/Linux						
Odporúčaná literatúra: VOGEL, K.: Producing Open-source Software. O'Reilly Media, Sebastopol, California, 2005 RAYMOND, E. S.: The Cathedral and The Bazaar. O'Reilly Media, Sebastopol, California, 1999						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 104						
A	ABS	B	C	D	E	FX
99.04	0.0	0.96	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Vincent Karovič, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/056M/09	Názov predmetu: Lobing v Európskej únii
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1. Základné princípy lobingu Pojem lobingu. História lobingu. Lobing ako legitímny nástroj presadzovania záujmov. Tradičné a moderné prístupy k lobingu: Druhy a formy lobingu. Proces a nástroje lobingu. Etické aspekty lobingu a jeho regulácia. 2. Lobing v Európskej únii Tvorba európskych politík, uplatnenie a význam lobingu v tomto procese. Aktéri lobingu v EÚ. Hlavné oblasti lobingu v EÚ. Pravidlá a regulácia lobingu v EÚ: lobing v Európskom parlamente a Európskej komisii.. Európska iniciatíva za transparentnosť. Porovnanie prístupov k regulácii lobingu v EÚ a USA. Lobing vo vybraných krajinách EÚ. Lobing na Slovensku a slovenskí aktéri na bruselskej lobingovej scéne. 3. Lobing ako súčasť manažmentu v prostredí EÚ: Korporátny lobing,. Lobing ako manažment verejných záležitostí (Public affairs management). Organizované záujmy: asociácie a tvorba koalícií. Lobing obchodných spoločností vo vlastnom záujme. Profesionálne firmy pôsobiace v oblasti “ Public affairs“. Princípy úspešného lobovania.	
Odporúčaná literatúra: SCHENDELEN, V.R.: Jak lobbovat v Bruseli aneb Machiavelli v Brüsselu, Principal & Barrister, Praha 2004 PAVLOVIČ, B, LIPKOVÁ.D.: Lobing v Európskej únii, MZV SR, Bratislava 2006 www.corporateeurope.org GEIGER, T.: EU lobbying handbook, Helios Media, Berlin 2007	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 92						
A	ABS	B	C	D	E	FX
69.57	0.0	25.0	2.17	1.09	0.0	2.17
Vyučujúci: doc. PhDr. Marian Šuplata, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/105_M/12		Názov predmetu: Lokálne počítačové siete a ich správa				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/009M/00	Názov predmetu: Manažérske rozhodovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Pribežne: 34%. Skúška: 66%, skúška pozostáva z písomnej previerky v priebehu semestra (mid-term) 33% a záverečnej skúšky v skúškovom období 33%.	
Výsledky vzdelávania: Rozhodovanie je jednou z hlavných zodpovedností a funkcií manažérov a manažéri sú hodnotení a odmeňovaní na základe úspešnosti ich rozhodnutí. Cieľom predmetu je zdokonaľiť rozhodovacie zručnosti študentov a prispieť k ich schopnosti efektívne a tvorivo riešiť problémy tak individuálne, ako aj v rámci tímov. Absolventi predmetu sa naučia vnímať rozhodovanie ako systematický proces v kontexte riešenia problémov. Budú schopní používať racionálne metódy rozhodovania za podmienok istoty, neistoty a rizika, ako aj riešiť sekvenciu nadväzujúcich rozhodnutí. Oboznámia sa s technikami rozhodovania v skupinách a tímoch. Budú vnímať psychologickú perspektívu rozhodovania. Získané teoretické poznatky si prakticky precvičia prostredníctvom viacerých simulácií.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do manažérskeho rozhodovania. Rozhodovací proces. 2. Riešenie problému. Efektívne rozhodnutie. 3. Individuálne rozhodovanie – racionálne prístupy v manažérskom rozhodovaní. 4. Informácie v manažérskom rozhodovaní. 5. Metódy a prístupy k rozhodovaniu za podmienok istoty. 6. Metódy a prístupy k rozhodovaniu za podmienok rizika a neistoty. 7. Sekvencia rozhodnutí a rozhodovacie stromy. 8. Psychologické aspekty – psychologická perspektíva manažérskeho rozhodovania. 9. Heuristiky ukotvenia, dostupnosti a reprezentatívnosti. 10. Skupinové rozhodovanie – sociálna perspektíva manažérskeho rozhodovania. 11. Úvod a definovanie úlohy, plánovanie práce a personálne obsadenie skupiny. 12. Vedenie stretnutia skupiny. 13. Metódy a techniky skupinového rozhodovania. 14. Záverečné zhrnutie.	
Odporúčaná literatúra:	

PAPULA, Jozef – PAPULOVÁ, Zuzana. Manažerske rozhodovanie : prístupy a postupy. 1. vyd. Bratislava : Kartprint, 2014. 135 s. ISBN 978-80-89553-20-4.

PAPULA, Jozef – GÁL, Peter – PAPULOVÁ, Zuzana – MRVA, Miloš. Manažerske rozhodovanie : texty k e-learningu. 1. vyd. Bratislava : Kartprint, 2007. 216 s. ISBN 978-80-88870-68-5.

PAPULA, Jozef – PAPULOVÁ, Zuzana. Manažerske rozhodovanie : vybrané problémy. 1. vyd. Bratislava : Kartprint, 2005. 161 s. ISBN 80-88870-45-3.

ČESTNĚJŠÍ, Alexandr. Manažerske rozhodovanie. 2. vyd. Bratislava : Vydavateľstvo UK, 2004. 156 s. ISBN 80-223-1490-0.

FOTR, Jiří a kol. Manažerské rozhodování : postupy, metody a nástroje. 1. vyd. Praha : Ekopress, 2006. 409 s. ISBN: 80-86929-15-9.

KAHNEMAN, Daniel. Myšlení rychlé a pomalé (Thinking, Fast and Slow). 1. vyd. Brno : Jan Melvil Publishing, 2012. 542 s. ISBN 978-80-87270-42-4.

MAUBOUSSIN, Michael J. Dvakrát meraj (Think Twice. Harnessing The Power of Counterintuition). Bratislava : Eastone Books, 2010. 205 s. ISBN 978-80-8109-136-0.

Harvard Business Review on Decision Making. Boston : Harvard Business School Press, 2001. 200 s. ISBN 978-1-57851-557-8.

Súčasťou odporúčanej literatúry sú aj publikácie využívajúce výsledky vlastného výskumu na FM UK:

GÁL, Peter – MRVA, Miloš – MEŠKO, Matej: Heuristics, biases and traps in managerial decision making. In: Acta Univ. Agric. Silvic. Mendel. Brun, 2013, 61(7), 2117-2122; ISSN 1211-8516. doi:10.11118/actaun201361072117.

MRVA, Miloš – GÁL, Peter – MEŠKO, Matej – MARCIN, Peter: Heuristics in the Process of Decision-Making. In: Comenius Management Review, roč. 7, č. 2 (2013), s. 28-40. ISSN 1337-6721.

Odporúčaná literatúra sa nachádza v knižnici s možnosťou zapožičania, resp. prezenčného prístupu. Minimálnou podmienkou je možnosť prístupu študentov k internetu a do predplatených databáz v rámci siete UK (<http://www.fm.uniba.sk/index.php?id=2304>), napr. EBSCO HOST / Business Source Premier.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský / anglický

Poznámky:

Predmet sa poskytuje len v letnom semestri.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1991

A	ABS	B	C	D	E	FX
23.61	0.0	28.03	21.8	13.61	9.84	3.11

Vyučujúci: Mgr. Peter Gál, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/254M/16	Názov predmetu: Manažérske účtovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Absolvovať počas výučby dve kontrolné písomky (s úspešnosťou minimálne 50% - výsledok tvorí bonifikačné body ku skúške). Prezentovať poznatky rámcovo zahrnuté v stručnej osnove predmetu. Hodnotenie predmetu je v súlade so študijným poriadkom FM UK. Vychádza z nasledovnej stupnice: Hodnotenie A = 91 - 100 % celkového hodnotenia Hodnotenie B = 81 - 90 % celkového hodnotenia Hodnotenie C = 73 - 80 % celkového hodnotenia Hodnotenie D = 66 - 72 % celkového hodnotenia Hodnotenie E = 60 - 65 % celkového hodnotenia Hodnotenie FX = 0 - 59 % celkového hodnotenia	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je problematika zameraná najmä na využívanie účtovných informácií pre uplatňovanie výhodnejších variantov objemu výroby a predaja výkonov prostredníctvom kalkulácií nákladov, sledovania návratnosti nákladov, rozhodovania o nákladoch príležitosti, tvorby cien a cenového rozhodovania a variantných rozpočtov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Vymedzenie manažérskeho účtovníctva 2. Kategorizácia nákladov, správanie sa nákladov. Relevantné a nerelevantné náklady z pohľadu manažérskeho rozhodovania. 3. CVP analýza, Bod zvratu, Pásmo bezpečnosti, prevádzková páka, finančná páka. 4. Model variabilných a úplných nákladov 5. Kalkulácia nákladov - normová metóda / metódy štandardných nákladov. Zavedenie normovej metódy, stanovenie noriem /štandardov/, základnej kalkulácie, zisťovanie príčin zmien noriem, odchýlok od noriem a zisťovanie výsl. kalkulácie. Zobrazenie informácií normovej metódy v účtovníctve 6. Kalkulácia nákladov - tradičná a ABC kalkulácia. 7. Odchýlky v reálnych a plánovaných nákladoch, ich zobrazenie vo vnútropodnikovom účtovníctve, analýza ich vzniku 8. Rozpočet, zostavenie hlavného finančného rozpočtu vo výrobnom podniku. Druhy rozpočtov. Základné ciele systému plánov a rozpočtov na úrovni podniku ako celku, rozpočty výsledkové, súvahové a peňažných tokov. Dlhodobý rozpočet fin. zdrojov, vykonávací rozpočet a operatívne rozpočty. Uplatnenie pružného rozpočtu pri rôznej kapacite 9. Zodpovednostné účtovníctvo. Výnosy zodpovednostných stredísk. Typy, obsah a funkcie vnútropodnikových cien.	

Vnútropodnikový výsledok hospodárenia 10. Ceny. Vybrané problémy tvorby cien. Tvorba cien na báze zohľadňovania nákladov, na báze dopytu a na báze konkurencie. Vyčísľovanie cenovej prirážky 11. Druhy a charakteristika niektorých druhov cien, ich uplatnenie. Transfer pricing, cenové rozhodovanie a cenové monitorovanie 12. Balanced Score Card						
Odporúčaná literatúra: 1. Horngren, Charles T. a kol: Cost accounting a managerial emphasis- 14th ed.;13th edition 2. Drury, Colin: Management Accounting for Business 4th edition, a novšie edície 3. Poniščiaková, O.: Náklady a kalkulácie v manažérskom účtovníctve, Bratislava, 2010						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 9						
A	ABS	B	C	D	E	FX
22.22	0.0	55.56	0.0	22.22	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. RNDr. Darina Saxunová, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/029M/00	Názov predmetu: Manažment informačných systémov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1. Pojem systém v manažmente informačných systémov. Systémy homeostatické, kybernetické, a manažérske informačné systémy. Expertné systémy a systémy na podporu rozhodovania. 2. Plánovanie a projektovanie MIS. Vývojový cyklus tvorby a rozvoja informačného systému. 3. Implementácia informačného systému. Informačný systém organizácie, intranety a extranety. 4. Finančné implikácie tvorby a implementácie MIS. Feasibility study. Outsourcing. Manažérske aspekty MIS 5. Internet. Služby Internetu. Obchodovanie na Internete. Základné trendy vo vývoji informačných a komunikačných technológií. 6. Komunikácia, komunikačné protokoly, počítačové siete, telekomunikácie, elektronická výmena dokumentov. 7. Bezpečnosť, kontrola a ochrana informácií. Intelektuálne vlastníctvo.	
Odporúčaná literatúra: Laudon J.P., Laudon K.C., Management Information Systems & Multimedia Student CD Package, 10/E, ISBN-10: 0132337746, ISBN-13: 9780132337748, Prentice Hall, New York 2007 James A. O'Brien, Management Information Systems, 7/e, McGraw-Hill Higher Education, Boston 2006, ISBN: 007293588x RUSSEV, S. a kol. 2006. Softvérové inžinierstvo. Bratislava: EKONÓM. 2006. ISBN 80-225-2178-7. - RUSSEV, S. – RUSSEV R. 2011. Informačná podpora manažmentu výrobných podnikov. Bratislava: vydavateľstvo UK. 2011. ISBN 978-80-223-2842-5. - RUSSEV, S. 2012. Manažment informatizácie sociálno-ekonomických systémov. Bratislava: KARTPRINT. 2012. ISBN 978-80-89553-05-1.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 1970						
A	ABS	B	C	D	E	FX
22.94	0.0	26.14	19.95	13.71	12.54	4.72
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., Mgr. Július Selecký, PhD., Ing. Peter Balco, PhD., Mgr. Vincent Karovič, Mgr. Martina Drahošová, PhD., Ing. Miloslav Chalupka, PhD., prof. Ing. Dušan Šoltés, CSc., doc. RNDr. Viliam Malcher, CSc., doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KSP/051M/11		Názov predmetu: Manažment inovácií a zmien				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: 1. Význam inovácií pre podniky a spoločnosť. 2. Druhy inovácií a zdroje inovačných príležitostí. 3. Inovačné stratégie. 4. Výskum, vývoj a manažment technológií. 5. Koncepcia otvorených inovácií. 6. Procesy a organizácia inovačných aktivít. 7. Metódy používané v úvodnej fáze inovačného procesu. 8. Metódy používané v realizačnej fáze inovačného procesu. 9. Inovácie služieb.						
Odporúčaná literatúra: TIDD, J. – BESSANT, J. – PAVITT, K. Řízení inovací : zavádění technologických tržních a organizačních změn. Brno : Computer Press, 2007. BOROVSKÝ, J. – GÁL, P. Inovácie a transfer technológií. Bratislava : Eurounion, 2005. KOŠTURIÁK, J. – CHAL, J. Inovace : vaše konkurenční výhoda! Brno : Computer Press, 2008. PITRA, Z. Management inovačných aktivít. Praha : Professional, 2006. HIPPEL, E. v. Democratizing innovation. Cambridge : MIT Press, 2005. BOUTELLIER, R. – GASSMANN, O. – ZEDTWITZ, M. v. Managing global innovation : uncovering the secrets of future competitiveness. 3rd ed. Berlin : Springer, 2008. STERN, T. – JABERG, H. Erfolgreiches Innovationsmanagement : Erfolgsfaktoren, Grundmuster, Fallbeispiele. 3. Aufl. Wiesbaden : Gabler, 2007.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 150						
A	ABS	B	C	D	E	FX
78.67	0.0	16.0	3.33	0.67	0.0	1.33
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KSP/012M/00		Názov predmetu: Manažment kvality				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 33						
A	ABS	B	C	D	E	FX
75.76	0.0	15.15	9.09	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Milan Fekete, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/078M/14		Názov predmetu: Manažment online hier				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 58						
A	ABS	B	C	D	E	FX
98.28	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.72
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/060M/09	Názov predmetu: Manažment portfólia a kolektívne investovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade so štúdiným poriadkom FM UK. Vychádza z nasledovnej stupnice: Hodnotenie A = 91 - 100% celkového hodnotenia Hodnotenie B = 81 - 90% celkového hodnotenia Hodnotenie C = 73 - 80% celkového hodnotenia Hodnotenie D = 66 - 72% celkového hodnotenia Hodnotenie E = 60 - 65% celkového hodnotenia Hodnotenie FX = 0 - 59% celkového hodnotenia	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študent nadobúda teoretické ale aj praktické vedomosti a zručnosti z modelovania rôznych typov portfólií a tiež mechanizmus fungovania kolektívneho investovania vo svete i na Slovensku.	
Stručná osnova predmetu: 1. Teória portfólio – Markowitzov a Sharpov model. Tvorba efektívneho a optimálneho portfólio. Riadenie a hedging akciového portfólio. 2. Riadenie dlhopisového portfólio a jeho zaistenie. 3. Fondový priemysel a jeho typológia. 4. Kvantitatívne a kvalitatívne ukazovatele. Rating a scoring fondov. 5. Špecifické fondy. ETF, hedge fondy. Komoditné fondy a fondy nehnuteľnosti. 6. Investičný plán a jeho stupne. Investičné stratégie a ich typy. 7. Typy investorov a modelovanie ich portfólio. Stratégie investovania podľa rizikovej náklonnosti investorov. 8. Investičná stratégia podľa frekvencie obchodovania a veľkosti kapitálu. 9. Komparácia fondového priemyslu v USA a EU. 10. Penzijné fondy na kapitálových trhoch a ich špecifiká. 11. Dôchodkové fondy v SR a ich výkonnosť. 12. Kolektívne investovanie na Slovensku.	
Odporúčaná literatúra: Sharpe, W. F. – Alexander, G. J.: Investice. Victoria Publishing, Praha 1994.	

Graham, B.: Inteligentní investor, Grada. Praha 2007 Chovancová, B., Žofčák, S.: Kolektívne investovanie, IURA Publishing, Bratislava 2012 Smernice EÚ z oblasti kolektívneho investovania.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 75						
A	ABS	B	C	D	E	FX
80.0	0.0	17.33	2.67	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: prof. Ing. Božena Chovancová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/146M/10		Názov predmetu: Manažment programov a projektov EÚ				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: Prehľad a štruktúra dostupných programov, fondov, nástrojov a projektov, príklady multilaterálnej a bilaterálnej zahraničnej pomoci, prostredie a úlohy projektového manažéra, identifikácia projektu, referenčné podmienky zadania projektu (terms of reference), technické špecifikácie, cieľovo orientované projektové plánovanie, prístup logického rámca, verejné obstarávanie, uzatváranie zmlúv, implementácia projektu, programový a projektový cyklus, monitorovanie a hodnotenie projektu, analýza nákladov a ziskov, predpoklady úspešnosti a riziká projektu, trvalá udržateľnosť projektu a i.						
Odporúčaná literatúra: Management for Development Foundation, Project Management and Programme Administration Course, Ede, The Netherlands, 1995, 1999. University of Bradford, Development and Project Planning Centre, Seminar on Logical Framework, Bradford, United Kingdom, 1997. Rules and conditions applicable to actions co-financed from Structural Funds and Cohesion Fund An overview of the eligibility rules in the programming period 2007-2013, European Commission, Regional Policy, Funds Management, 2009.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 55						
A	ABS	B	C	D	E	FX
50.91	0.0	30.91	10.91	5.45	1.82	0.0
Vyučujúci: RNDr. Dušan Wunder, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/049M/11	Názov predmetu: Manažment rizík I
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Študenti priebežne pracujú v tímoch (2 členovia) na vybratej banke ako objekte skúmania, na ktorej si priebežne prakticky precvičujú teoretické poznatky nadobudnuté v rámci vyučovania. Kontrola a hodnotenie úloh na projekte je priebežná a ukončuje sa záverečnou prezentáciou. V rámci hodnotenia v priebehu semestra môžu získať max. 60 bodov a za záverečnú prezentáciu 40 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť základné teoretické poznatky a praktické návyky z oblasti riadenia rizík komerčnej banky ako súčasti jej celkového riadenia, ako aj získanie predstavy o väzbe strategického riadenia nefinančnej inštitúcie a jej kľúčových rizík. Praktické skúsenosti získajú študenti pomocou aplikácie viacerých prepočtových algoritmov uplatňovaných v súčasnej praxi v procese manažmentu rizík. Získané teoretické vedomosti i praktické skúsenosti z parciálnych oblastí manažmentu rizík sú dôležitým vstupom pre absolvovanie Manažmentu rizík II zameraného na pokročilejšie metódy a komplikovanejšie rozhodnutia v konkrétnej finančnej inštitúcii, využitím simulačného modelu.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do predmetu Komerčná banka a jej obchodno-rizikovo-finančný profil. . finančná mediácia a intermediácia v komerčnej banke. . kľúčové obchodné segmenty komerčnej banky a ich riadenie. . kľúčové riziká komerčnej banky, ich väzba na obchodné aktivity, ich regulácia a riadenie. Finančná analýza komerčnej banky - kľúčový komponent definovania obchodno-rizikovej stratégie Stratégia a politiky riadenia zdrojov banky Riadenia rizika likvidity Riadenia úrokového rizika Podsúvaha banky a riadenie rizík Riadenie kapitálu banky v rámci regulácií , Bazilej I, II, III. . kľúčové riziká a výpočet kapitálovej požiadavky na ich krytie Riadenie rizík v nefinančných inštitúciách	

. ERM systém a jeho kľúčové komponenty . Stanovenie cieľov, identifikovanie rizikových udalostí, Posúdenie rizika, meranie rizika, stanovenie aktivít na jeho mitigáciu, Monitoring a kontrola. . Kľúčové fázy implementácie ERM podľa COSO.						
Odporúčaná literatúra: 1. Saunders / Cornett, Financial Institutions Management. (Fifth Edition), McGraw-Hill, 2005. ISBN: 0-07-3046671. 2. Monahan, G. : Enterprise Risk Management. A Methodology for Achieving Strategic Objectives. John Wiley & Sons, 2008 – dostupná pre štúdium online 3. Aktuálne články, smernice EÚ a pod. budú distribuované v priebehu semestra.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský/anglický						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 71						
A	ABS	B	C	D	E	FX
54.93	0.0	18.31	15.49	2.82	2.82	5.63
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/050M/11	Názov predmetu: Manažment rizík II
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Prezentácia 4 čiastkových výsledkov simulácií a finálna prezentácia výsledku simulácie (každý člen tímu).	
Výsledky vzdelávania: Študent získa teoretické vedomosti zo základných oblastí riadenia rizík a regulácie banky. Pracou so simulačným nástrojom získa praktické skúsenosti z kvantifikácie dopadu kľúčových rozhodnutí z riadenia rizík a finančného riadenia banky na jej hospodársky výsledok . Absolvovaním tohto predmetu by mal byť študent schopný aktívne participovať na príprave rozhodnutí z kľúčových oblastí finančného a rizikového riadenia banky.	
Stručná osnova predmetu: • Riziko, riadenie rizika a jeho misia vo finančných a nefinančných inštitúciách • Princípy a politiky riadenia zdrojov banky • Riadenie rizika likvidity • Repo and reverzné repo transakcie • Sekuritizácia • Úroveň a časová štruktúra úrokových mier. • Analýza čistej úrokovej marže • Stratégie portfólia s fixným výnosom. • Gapová analýza • Durácia • Analýza úrokovej politiky banky • Trh derivátov • Využívanie derivátov v riadení finančných rizík • Riadenie kapitálu banky • Kapitálová regulácia v bankách (Basilej II a Basilej III) • Požiadavky na kapitál a oceňovanie v bankách. • Ekonomický kapitál. • Úverové riziko, trhové riziko a operačné riziko. • Meranie tvorby hodnoty v banke.	
Odporúčaná literatúra:	

1. Saunders / Cornett, Financial Institutions Management. (Fifth Edition), McGraw-Hill, 2005. ISBN: 0-07-3046671. Students must receive the book before the start of the course
2. Výstupy z projektu VEGA 1/0392/13 Modelovanie správania sa stakeholderov komerčnej banky počas ostatnej finančnej krízy a očakávania bazilejských regulácií v rámci Pilieru 3 – Trhová disciplína
3. Prezentácie distribuované na začiatku semestra.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský, anglický

Poznámky:

Prednášky a semináre realizované blokovo a to 5 dní (od 17.3. do 21.3.2014) s tým, že každý deň od 9,00 hod. do 12,00 hod. prebehnú prednášky a od 13,00 – 17,00 hod. budú semináre – simulácia rizikového a finančného riadenia banky. Výučba sa realizuje v anglickom jazyku. Na výučbe bude participovať tiež vyučujúci z Vlerick Business School, Ghent, Belgicko – zo školy, ktorá vyvinula simulačný softvér na rizikové a finančné riadenie banky. Výučba prebieha v angličtine.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 60

A	ABS	B	C	D	E	FX
70.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	5.0

Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KMn/S06SJ/16		Názov predmetu: Manažment - teória, metódy, aplikácie					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 1							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3., 4..							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1							
A	B	C	D	E	FX	N	P
0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 24.08.2016							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/016M/09	Názov predmetu: Marketing manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: znalosti z moderného marketingu	
Stručná osnova predmetu: 1. Potreba reformy marketingového manažmentu na prahu tretieho tisícročia. 2. Koncepcia racionálneho marketingového manažmentu. 3. Udržateľný marketing a udržateľná spotreba. 4. Postavenie zákazníka v koncepcii racionálneho marketingového manažmentu. 5. Hodnotenie výkonnosti marketingu v organizácii. 6. Marketingové metriky využívané pre hodnotenie efektívnosti a účinnosti marketingových aktivít. 7. Čo sa zmenilo v produktovej stratégii podnikov pod vplyvom koncepcie racionálneho a udržateľného marketingového manažmentu? 8. Čo sa zmenilo v cenovej stratégii podnikov pod vplyvom koncepcie racionálneho marketingového manažmentu? Akú úlohu hrá cena v prístupoch udržateľného marketingu? 9. Vybrané atribúty distribučnej stratégie v prístupoch udržateľného marketingu. 10. Vybrané atribúty marketingovej komunikácie v prístupoch udržateľného marketingu.	
Odporúčaná literatúra: 1. PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ, G. – GUBÍNIOVÁ, K. 2012. Udržateľný marketingový manažment. Trenčín : Inštitút aplikovaného manažmentu, 2012. ISBN 978-80-89600-08-3 2. BARTÁKOVÁ, Gabriela a kolektív. 2007. Marketing manažment II – ako v súčasnom trhovom prostredí postupovať. Bratislava : 228 s.r.o., 2007. ISBN 978-80-969856-1-6 3. KOTLER, P. 2010. Chaotika: Manažment a marketing firiem v turbulentných časoch. Bratislava : Eastone Books, 2010. ISBN 978-80-8109-114-8	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ AJ	

Poznámky: -						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 2631						
A	ABS	B	C	D	E	FX
23.49	0.0	24.21	19.08	14.33	13.91	4.98
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/026M/00	Názov predmetu: Marketingová analytika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na analýzach počas semestra. Záverečné hodnotenie je formou ústnej skúšky. Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu budú študenti schopní pracovať s programom SAS Enterprise Miner a budú vedieť vykonať a interpretovať základné analýzy ako Cross sell, Up sell, Asociačná analýza a Segmentácia.	
Stručná osnova predmetu: Základná charakteristika marketingovej analytiky. (Marketingový výskum a jeho súčasti. Úloha a postavenie marketingovej analytiky v organizácii. Životný cyklus zákazníka.) Druhy analýz využívaných v marketingovej analytike. (Segmentácia zákazníkov, Cross Sell, Up Sell, Customer Retention, Celoživotná hodnota zákazníka.) Štatistický softvér Enterprise Miner (Úvod do práce so softvérom SAS Enterprise Miner. Základné pojmy.) Segmentácia zákazníkov. (Definícia pojmov, základné typy segmentácie. Vytvorenie zákazníckych segmentov. Profilácia zákazníckych segmentov. Segmentačné stratégie.) Cross Sell a Up Sell. (Definícia pojmov. Základné komponenty Cross Sell modelovania. Next Best Offer. Využitie asociačnej analýzy (analýzy nákupného košíka) na identifikáciu Next Best Offer. Využitie sekvenčnej analýzy na identifikáciu Next Best Offer. Využitie výsledkov modelovania pri riadení kampaní.) Sklon ku kúpe. (Sklon ku kúpe (Propensity to Buy). Základné princípy prediktívneho modelovania. Praktický príklad modelovania sklonu ku kúpe a interpretácia výsledkov. Využitie výsledkov modelovania pri riadení kampaní.) Customer Retention. (Definícia pojmov. Odchodovosť zákazníkov a profitabilita organizácie. Základné retenčné stratégie organizácie. Segmentácia odchádzajúcich zákazníkov. Analýza faktorov odchodovosti zákazníka, modelovanie sklonu k odchodu.) Modelovanie sklonu k odchodu. (Ktorí zákazníci odídu na budúci mesiac. Využitie výsledkov modelovania pri riadení kampaní.)	

Celoživotná hodnota zákazníka (CLV). (Definícia pojmov. Základné prístupy k výpočtu celoživotnej hodnoty zákazníka. Využitie CLV v marketingu.)						
Odporúčaná literatúra: Data mining for business applications: and Ghani, Rayid. Amsterdam: IOS Press,, 2010. E-source: http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10440450 Data Mining: Olivia Parr Rud. Praha: Computer Press, 2001 http://www.sas.com/offices/europe/slovakia/support/data/SASEG_117-29.pdf http://www.sas.com/offices/europe/slovakia/support/data/234-29.pdf						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: anglický						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 184						
A	ABS	B	C	D	E	FX
90.76	0.0	7.07	1.09	0.0	0.54	0.54
Vyučujúci: Mgr. Lucia Vilčeková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/027M/00	Názov predmetu: Marketingový audit
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: projekty počas semestra a záverečná práca	
Výsledky vzdelávania: V nadväznosti na znalosti o marketingu v predmete pôjde o osvojenie si zásadných otázok týkajúcich sa všeobecnej teórie a praxe s aplikáciou na audit marketingu a cien. A to v takom rozsahu, aby sa pochopil jeho význam pre podnikanie, praktické vykonávanie a legislatívne zabezpečenie. V rámci výkladu jednotlivých častí obsahové zameranie prednášok poskytne príležitosť osvojiť si potrebné vedomosti o audite, auditorstve, o príprave jeho praktického vykonania vo firme a o etapách auditu, o základných metódach auditorskej práce v praxi. Predmet, jeho obsahové zameranie, poskytne komplexný pohľad na vymedzenie podstaty marketingového auditu a cien, jeho funkcie a metodológiu. Vysvetlia sa jednotlivé typy funkčných marketingových auditov a v rámci marketingového mixu audit cien.	
Stručná osnova predmetu: - Podstata a hlavné aspekty auditu, jeho vykonávanie auditormi vo firmách v podmienkach SR - podstata auditu, auditorstvo, charakteristika jednotlivých druhov auditu a formy jeho vykonávania (interný a externý audit) - historický vývoj auditu a jeho počiatky v SR - vzájomné vzťahy k účtovníctvu, kontrole, controllingu ako moderného nástroja riadenia firiem - Výklad právnych noriem auditu platných v SR - základné právne normy o audite, právne predpisy nadväzujúce na platnú legislatívu pre vykonávanie auditorstva a všeobecne platné predpisy, ktoré nepriamo súvisia s vykonávaním auditu. - zásadný rozbor Zákona NR SR č.466/2002 Z.z. z 26. júna 2002 o auditoroch a Slovenskej komore auditorov. - význam Zákona NR SR č.431/2002 Z.z. z 18. júna 2002 o účtovníctve. - Praktická príprava na vykonávanie auditu v účtovnej jednotke, jej význam a postup: - dohoda podmienok zákazky auditu - pracovná dokumentácia a jej obsah - získavanie informácií pre vykonanie auditu - Etapy auditu:	

- pred začatím auditu
- plánovanie auditu
- uskutočnenie testov kontrol a operácií
- uskutočňovanie analytických postupov a testov zostatkov
- skompletizovanie výsledkov auditu a predloženie správy auditora

5. Základné metódy auditorskej práce v praxi:

- metodika a prax auditora
- porovnávanie v auditorstve
- priame a nepriame overovanie
- vyčerpávajúce (úplné) overovanie
- výberové overovanie
- progresívne a retrogradné overovanie

6. Štandardy v metodike auditorskej činnosti:

- vznik význam štandardov v auditorskej praxi
- definovanie štandardov a ich členenie
- vydávanie auditorských štandardov Slovenskou komorou auditorov

7. Audit marketingu a cien

- vymedzenie podstaty marketingu a cien
- funkcie marketingového auditu medzi ostatnými typmi marketingovej kontroly
- metodológia marketingového auditu
- typy funkčných marketingových auditov
- audit marketingového prostredia
- audit marketingovej organizácie
- audit marketingových systémov
- audit marketingovej rentability
- audit marketingových funkcií
- audit cien a jeho zmysel vo firme

8. Výstupy auditora:

- správa auditora
- list pre manažment
- účtovná závierka
- list „Vyhlásenie manažmentu“
- protokol o kontrole auditu
- hlavná kniha (predvaha), pred auditom a po audite
- doúčtovania, preklasifikácie
- závery

Odporúčaná literatúra:

Auditing : : Himalaya Pub. House,, 2010. Spoluautori Srinivas, Kastoori. URL <http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10416212>

Kotler, Ph.: Marketing. Grada, Praha, 1998.

Oláh, M.: Interný audit vo verejnej správe. Sprint, Bratislava 2005.

Nagy, Klimó, Havari, Laučík: Auditorské postupy. Súvaha, Bratislava, 1999.

Kareš, L.: Auditorstvo. Elita, Bratislava, 1998

Lyková, J.: Marketingový audit a kontrola. Grada Publishing, Praha, 2000.

Oláh, M.-Boržík, O.: Ceny-teória a prax. Obchodné podnikanie. Účtovníctvo. Dane. Audit. Kontrola. Royal Service, Bratislava, 2000.

Základné predpisy o audite Slovenskej komory auditorov

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 12						
A	ABS	B	C	D	E	FX
75.0	0.0	16.67	0.0	0.0	8.33	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Michal Oláh, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/017M/00	Názov predmetu: Marketing regiónov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 10 % - priebežné hodnotenie, aktívna participácia na procese výučby v priebehu semestra 90 % - spracovanie a prezentácia seminárnej práce z dohodnutej tematiky vychádzajúcej zo zadania a požiadaviek navštíveného regiónu	
Výsledky vzdelávania: Študent získava znalosti s využívaním marketingu v špecifickej oblasti marketingu územných jednotiek v rozsahu miest, obcí a regiónov. Popri absolvovaní teoretickej prípravy študent na predmete realizuje výjazd do terénu, kde sa oboznamuje s podmienkami využívania marketingu v praxi. Na základe reálií navštíveného územia a požiadaviek zástupcov samosprávy študent spracúva výstup v podobe marketingovej štúdie. Výstupy študent prezentuje pred zástupcami obce resp. jej obyvateľmi.	
Stručná osnova predmetu: Základňa pre využitie marketingových nástrojov v marketingu regiónov. Typológia regiónov, miest a obcí (NUTS a LAU kategorizácia). Marketingové prostredie regiónov (praktické problémy v dedinách a mestách na Slovensku). Konkurencia a jej tlak na regionálny rozvoj. Segmentácia, pozicionovanie a lokalizácia organizácií a jednotlivcov vo vnútri a mimo regiónov. Marketingový mix a jeho adaptácia pre marketingovú stratégiu v konkrétnom regióne/meste/obci. Kooperácia marketingových manažérov a multiprofesionalizácia v procese tvorby marketingovej stratégie.	
Odporúčaná literatúra: Dostupná vo fakultnej knižnici: DOBRUCKÁ, L. et al., 2007. Strategický rozvojový plán obce. Bratislava: Peter Mačuga–PEEM, 2007. ISBN 978–80–89197–77–4. JANEČKOVÁ, L. a VAŠTÍKOVÁ, M., 1999. Marketing miest a obcí. Praha: Grada, 1999. ISBN 80–7169–750–8. Doplnková literatúra: BUČEK, M. et al., 2006. Regionálny rozvoj – novšie teoretické koncepcie. Bratislava:	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ, AJ	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 40						
A	ABS	B	C	D	E	FX
85.0	0.0	7.5	7.5	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. František Olšavský, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/018M/00	Názov predmetu: Marketing služieb
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 30 percent – priebežné hodnotenie za semester 70 percent – skúška v skúškovom období	
Výsledky vzdelávania: znalosti z marketingu služieb	
Stručná osnova predmetu: 1. Systematický prístup k vymedzeniu služieb (národohospodárske, štatistické, podnikovo-hospodárske a legislatívne hľadisko). Nové prístupy ku kategorizácii služieb. Vlastnosti služieb a ich vplyv na procesy poskytovania služieb. 2. Rozšírený marketingový mix v službách (4P + procesy, personál, fyzické prostredie). 3. Mapovanie procesu poskytovania služieb (vývojové diagramy, mapy procesov). Riadenie ponuky a dopytu v službách. 4. Systém starostlivosti o zákazníka v službách a budovanie vzťahov v marketingu služieb. 5. Riadenie vzťahov s nespokojnými zákazníkmi, sťažnosti a reklamácie v podniku služieb ako súčasť systému starostlivosti o zákazníka. 6. Kvalita služieb. Problémy s riadením kvality služieb. Modely kvality služieb. 7. Služby zákazníkom a meranie spokojnosti s nimi. Pojem spokojnosť zákazníka. Zabezpečovanie spokojnosti zákazníka..	
Odporúčaná literatúra: 1. CIBÁKOVÁ, Viera – RÓZSA, Zoltán – CIBÁK, Ľuboš. 2008. Marketing služieb. Bratislava : Iura Edition, spol. s r. o., 2008. ISBN 978-80-8078-210-8. 2. MATEIDES, Alexander – ĎAĎO, Jaroslav. 2002. Služby. Teória služieb. Marketing služieb. Kvalita v službách. Služby zákazníkom a meranie spokojnosti s nimi. Bratislava : Ing. Miroslav Mračko, Epos, 2002. ISBN 80-8057-452-9. 3. GRÖNROOS, Christian. 2007. Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition. West Sussex : John Wiley & Sons, Ltd, 2007. ISBN 978-0-470-02862-9.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ, AJ	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 404						
A	ABS	B	C	D	E	FX
61.14	0.0	23.02	8.91	1.49	1.49	3.96
Vyučujúci: doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/020M/00	Názov predmetu: Marketing v obchode
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: aktívna účasť na seminároch Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je zoznámiť sa s obchodom ako odvetvím národného hospodárstva a monosťam využitia marketingu v ňom.	
Stručná osnova predmetu: 1) Obchod ako odvetvie národného hospodárstva 2) Maloobchod a veľkoobchod 3) Riadenie obchodnej firmy 4) Marketing obchodnej firmy, 5) Marketing maloobchodu 6) Marketing maloobchodnej jednotky – predajne 7) Marketing veľkoobchodu 8) Hlavné ekonomické aktivity obchodnej firmy 9) Nákup tovaru 10) Realizácia stratégie nákupu odberateľ a voči dodávateľom 11) Riadenie procesu predaja v podniku 12) Obchodný personál 13) Manažment obchodnej prevádzky, predajné aktivity, správanie sa manažmentu obchodnej prevádzky	
Odporúčaná literatúra: • Strážovská, Ľ. a kol.2009. Obchodné podnikanie. Bratislava: Sprint, 2009. 327 s. ISBN 80-88848-64-4 • Strážovská, Ľ. – Strážovská, H.2010. Obchodné podnikanie. Bratislava: Sprint, 2010. 280 s. ISBN 978-80-89393-3	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	

slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 60						
A	ABS	B	C	D	E	FX
90.0	0.0	3.33	1.67	3.33	0.0	1.67
Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/021M/00	Názov predmetu: Marketing v odevnom priemysle
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 30 percent – priebežné hodnotenie za semester 70 percent – skúška v skúškovom období	
Výsledky vzdelávania: Cieľ predmetu: Obsahom predmetu je oboznámiť študentov s využitím marketingu v oblasti textilného priemyslu, konkrétne v odevnom priemysle. Súčasťou vyučovacieho procesu v tomto predmete je aj exkurzia do vybranej firmy (Módne salóny Lýdia Eckhart, Danica Kleinert, Peek a Cloppenburg) v rámci ktorej študenti získajú informácie o celej podnikateľskej činnosti navštívenej firmy a špeciálne o jej marketingových aktivitách.	
Stručná osnova predmetu: 1. Charakteristika odvetvia textilného a odevného priemyslu v Slovenskej republike a v zahraničí. 2. Zákazník v centre pozornosti aplikovaného marketingu v odevnom priemysle. 3. Spotreba v odevnom priemysle. 4. Význam marketingového výskumu a získavania informácií v odevnom priemysle. 5. Špecifiká segmentácie a tvorby trhovej pozície v odevnom priemysle. 6. Marketingový mix v odevnom priemysle – produkt, cena, distribúcia a marketingová komunikácia. 7. Postavenie značky v produktovej stratégii v odevnom priemysle. 8. Nové prístupy a trendy v chápaní marketingu v odevnom priemysle.	
Odporúčaná literatúra: 1. NÍZKA, Helena. 2007. Aplikovaný marketing. Bratislava : Iura Edition, spol. s r. o., 2007. ISBN 978-80-8078-157-6 2. JACKSON, Tim – SHAW, David. Mastering Fashion Marketing. New York : Managment. Basingstone : Palgrave Macmillan, 2009. ISBN 978-1-4039-1902-1	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 115						
A	ABS	B	C	D	E	FX
74.78	0.0	15.65	4.35	1.74	0.0	3.48
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/024M/00	Názov predmetu: Marketing vo sfére politiky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu Marketing vo sfére politiky je priblížiť aplikáciu odboru marketing v prostredí politiky, ozrejmiť dôležitosť politického marketingu, jeho špecifiká a legislatívne vplyvy.	
Stručná osnova predmetu: Aplikácie marketingu v politike I: médiá a politika, hovorcovia, politické diskusné relácie, politické spravodajstvo, vplyv legislatívy na marketing v politike v SR Teoretické východiská marketingu v politike: definovanie pojmov, historická genéza politického marketingu, špecifiká politického marketingu, modely politického marketingu Kľúčové procesy marketingu v politike: marketingový výskum, segmentácia, definovanie trhu Aplikácie marketingu v politike II: populizmus, propaganda, krízová komunikácia, mediálna manipulácia, komunikácia prostredníctvom osobnosti politika, lobing Aplikácie marketingu v politike III: tlačová konferencia I, tlačová konferencia II, volebný míting	
Odporúčaná literatúra: Lynda Lee Kaid, Christina Holtz-Bacha The SAGE handbook of political advertising Vyd. údaje Thousand Oaks : SAGE Publications, 2006 JABŁOŃSKI, A. W. A KOL. 2006. Politický marketing – teorie a praxe. 1. vyd. Brno : Barrister & Principal, 2006. 208 s. ISBN 80-7364-011-2 KOTLER, P. – ARMSTRONG, G. 2004. Marketing. dotlač. Praha : Grada Publishing, 2004. 855 s. ISBN 80-247-0513-3 ŠTENSOVÁ, A. – PČOLINSKÝ, V. 2005. Marketing v politike. Bratislava : Vydavateľstvo Ekonóm, 2005. 104 s. ISBN 80-225-2074-8	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 28						
A	ABS	B	C	D	E	FX
64.29	0.0	17.86	10.71	3.57	3.57	0.0
Vyučujúci: Ing. Vladimír Pčolinský, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/022M/00	Názov predmetu: Marketing v športe
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Študent bude mať k dispozícii fundovaný výklad využívania marketingu v jednotlivých športových disciplínach.	
Stručná osnova predmetu: 1) Športový manažment 2) Strategické plánovanie v podmienkach TvaŠ 3) Organizovanie marketingových aktivít s športových kluboch a TV jednotkách 4) Marketing a šport 5) Športová reklama 6) Sponzorovanie v činnosti športového manažéra 7) Sponzorovanie 8) Propagácia športu 9) Športová reklama 10) Marketing – selfmarketing hráča 11) Komunikačná politika u SZČ osoby v športovom priemysle 12) Marketingový plán v športovom priemysle 13) Etika v športe	
Odporúčaná literatúra: 1) Časlavová, E.: Management sportu. Praha: East West 2000. ISBN 80-7219-010-5 2) Centennial Olympic Games showcas technology. Marketing Mattes – The Olympic Marketing 3) Newsletter. Lausanne: Marketing Department, Winter 1995 4) Freyer, W.: Handbuch des Sport-Marketing. Wiesbaden: Forekl-Verlag 1991. ISBN 3-7719-6420-2	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ	

Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 100						
A	ABS	B	C	D	E	FX
90.0	0.0	7.0	1.0	0.0	0.0	2.0
Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/025M/00	Názov predmetu: Marketing vzťahov so zákazníkmi
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Postavenie zákazníka v procese jeho obsluhy v rámci marketingového riadenia je stále významnejšie a zreteľnejšie. Moderný marketingový manažment citlivo vníma zákazníka ako aktívum, ktoré je pre organizáciu významné vzhľadom na meniace sa konkurenčné prostredie. Proces tvorby hodnoty pre zákazníka, meranie nákladov na získavanie zákazníkov a ich udržanie, sledovanie stratených zákazníkov a mnohé ďalšie procesy sú súčasťou procesov „riadenia vzťahov s nimi“. Špecifické stratégie uplatňované v procesoch riadenia vzťahov so stálymi zákazníkmi sú dnes významnou súčasťou konkurenčných stratégií. To je dôvod, aby sa zákazníkovi venovala v súčasnosti ešte väčšia pozornosť, ako kedykoľvek doteraz.	
Stručná osnova predmetu: 1. Systematický prístup k vymedzeniu marketingu vzťahov. Teórie marketingu vzťahov. Kritika marketingu vzťahov so zákazníkmi. 2. Analytické CRM. Zdroje dát pre systém CRM. Proces dolovania dát. Techniky dolovania dát. Aplikácie dolovania dát. Proces vytvárania zákazníckej databázy. 3. Operatívne CRM. Procesy marketingu, procesy obchodu a procesy poskytovania služieb. Call centrá. 4. Implementácia CRM a problémy s ňou spojené. Taktické opatrenia úspešnej implementácie. Pravidlá pre úspech projektu CRM a predpoklady úspešnej implementácie. Nedostatky pri implementácii CRM. 5. Inovácia CRM. Proces inovácie CRM a proces vyhodnocovania príležitostí. Činnosti súvisiace s inováciou CRM. Riadenie rizík neúspechu inovácie CRM. Problémy inovácie CRM. 6. Identifikácia rôznych vzťahov v rámci organizácie. „Klasické trhové“ vzťahy medzi zákazníkom, organizáciou a konkurentom. „Špeciálne trhové“ vzťahy. Mega vzťahy. Nano vzťahy.	
Odporúčaná literatúra: Customer relationship management : a global perspective / Vyd. údaje Aldershot, Hampshire, England ; : Burlington, VT : : Gower,, c2008. http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10362159	

1. BUTTLE, Francis. 1996. Relationship Marketing: Theory and Practice. London : Paul Chapman Publishing Ltd, 1996. 202 s. ISBN 1-85396-313-5.
2. FREEMANTLE, David. 1996. Bezkonkurenční služby zákazníkům. Test kvality. Praha : Management Press, Ringier ČR, a. s., 1996. 162 s. ISBN 80-85943-26-3.
3. GODSON, Mark. 2009. Relationship Marketing. New York : Oxford University Press Inc., 2009. 361 s. ISBN 978-0-19-921156-2.
4. GUMMESSON, Evert. 2006. Total Relationship Marketing. 2nd edition. Oxford : Butterworth-Heinemann, 2006. 350 s. ISBN 0-7506-5407-4.
5. STORBACKA. 2002. Řízení vztahu se zákazníky. Praha : Grada Publishing, 2002

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 197

A	ABS	B	C	D	E	FX
63.96	0.0	31.98	2.03	0.51	0.51	1.02

Vyučujúci: doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniiová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/023M/00	Názov predmetu: Marketing v živnostenskom podnikaní
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: aktívna účasť na hodinách a odovzdanie seminárnej práce Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Študenti získajú vedomosti o dôležitosti tohto druhu podnikania ako aj prakticky si nacvičia založenie živnostenského podniku.	
Stručná osnova predmetu: Definovanie živnostenského podnikania 2. Založenie mikro/malého podniku 3. Aplikovanie marketingu do mikro podniku 4. Výhody/nevýhody využívania marketingovej teórie v živnostenskom podnikaní. 5. Podnikateľský plán pre mikro podnik 6. Pozitíva a negatíva mikro podniku 7. História živnostenského podnikania	
Odporúčaná literatúra: 1) Strážovská, Ľ. 2004. Malé a stredné podnikanie a rodinné podnikanie. Nové Zámky: Cranium, 2004. 310 s. ISBN 80-968443-7-7 2) Živnostenský zákon a novelizácie 3) Strážovská, Ľ. 2007. Malé a stredné podnikanie a rodinné podnikanie. Nové Zámky: Secos, s.r.o. 2007. 138 s. ISBN 80-969389-5-7	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 86						
A	ABS	B	C	D	E	FX
93.02	0.0	3.49	3.49	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/72M/12	Názov predmetu: Mediálne plánovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Základné znalosti médiách a mediálnom plánovaní	
Stručná osnova predmetu: 1. Mediálne plánovanie - úvod do problematiky Mediálne plánovanie v procese marketingovej komunikácie. Vývoj, úloha, činnosť a organizačná štruktúra mediálnej agentúry. Vzťah zadávateľa, médiá a agentúry. Mediálne agentúry na Slovensku a vo svete. Využitie služieb mediálnej agentúry. 2. Základné mediálne pojmy Mediálne a reklamné pojmy. Mediálne parametre a ich výpočet (cieľová skupina, reach, GRP/TRP, kontakt, CPT/CPRP, afinita, atď.), príklady. Nástroje a dáta používané na vyhodnocovanie médií na Slovensku + ukážky. 3. Slovenský mediálny trh Mediálny trh na Slovensku (media landscape). Prehľad po media typoch a jednotlivých médiách. Vývoj a šandardizácia slovenského mediálneho trhu. 4. Proces strategického plánovania I. Sprievodca strategickým plánovaním. Čo to je, na čo slúži a aké jednotlivé kroky proces obsahuje. Briefing. Spotrebiteľská analýza. Analýza konkurencie. Príklady a ukážky analýz. 5. Proces strategického plánovania II. Pochopenie kľúčových motivátorov cieľovej skupiny. Vytvorenie strategickej platformy. Výber mediálneho mixu. Vyhodnotenie účinku reklamnej kampane. Príklady a ukážky. 6. Kreatívna agentúra Úloha a spôsob práce reklamnej (kreatívnej) agentúry. Reklamné agentúry na Slovensku a vo svete. Tvorba kreatívnej stratégie. Kreatívny brief. Tvorba a produkcia reklamy. Spolupráca s mediálnou agentúrou. Príklady a ukážky. 7. Plánovanie a nákup televíznej a rozhlasovej reklamy	

Charakteristika TV a Rádia. Charakteristika peplemetroových dát. Nákupné modely. Ukážka TV a Rádio software. Ukážka plánovania kampane. Monitoring a vyhodnotenie kampane. Kreatívne využitie média. 8. Plánovanie a nákup tlačových médií, vonkajšej reklamy a kinoreklamy Charakteristika tlačových médií, vonkajšej reklamy a kinoreklamy. Vyhodnocovanie tlačových médií. Problematika vyhodnocovania vonkajšej reklamy, spôsoby vyhodnocovania vonkajšej reklamy v zahraničí. Spôsob a ukážky plánovania a nákupu týchto médií. Kreatívne využitie týchto médií. 9. Interaktívne médiá Online a digitálne médiá. Kto sú konzumenti, ako v prostredí žijú, aké služby používajú. Ako spotrebiteľov efektívne osloviť prostredníctvom nových médií. Ukážky, best practice, výzvy do budúcnosti. 10. Prípadové štúdie Ukážky úspešných reklamných a mediálnych kampaní. 11. Trendy a vývoj médií v budúcnosti Stručná história, súčasný stav a očakávaný vývoj jednotlivých média typov. Potenciál média z pohľadu reklamných zadávateľov vs. pohľad užívateľa. Slovensko vs. svet.						
Odporúčaná literatúra: • Materiály poskytnuté agentúrami MediaCom, Mediaedge:cia a CREO / YOUNG & RUBICAM • Marketing inspirations, Stratégie, Trend • Belch, E.G. - Belch, A.B.: Advertising and Promotion. New York: McGraw-Hill/Irwin 2004.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 139						
A	ABS	B	C	D	E	FX
76.26	0.0	20.14	2.88	0.0	0.0	0.72
Vyučujúci: Mgr. Andrej Dziak						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/077M/00	Názov predmetu: Medzinárodné financie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: * Medzinárodné finančné prostredie. • Medzinárodné firmy, ich vznik, vývoj a strategické ciele. • Medzinárodný menový systém, jeho historický vývoj, súčasný stav a perspektívy. • Vplyv platobnej bilancie a menové kurzy. • Podmienky parity výmenných kurzov. • Medzinárodné menové trhy. Spotový, forwardový, opčný a swapový trh. • Meranie a manažment menového rizika. Transakčné, prevádzkové a účtovné riziko. • Úrokové riziko a úrokové swapy. • Globálne náklady kapitálu a kapitálová štruktúra. • Získavanie dlhového a akciového kapitálu na medzinárodných trhoch. • Priame a portfóliové medzinárodné investície. • Transfer fondov v rámci medzinárodných spoločností. • Manažment činného kapitálu. • Financovanie exportu a importu. • Hodnotenie výkonnosti súčasti medzinárodnej firmy. • Európska menová integrácia. • Akčný plán pre finančné trhy EÚ. • Regulačný rámec pre finančné inštitúcie EÚ.	
Odporúčaná literatúra: Eiteman, D., K., Stonehill, A., I., Moffett, M., H.: Multinational Business Finance. Addison Wesley, 2001 Komorník, J. a kol. : Medzinárodné a európske financie. FM UK Bratislava, 1998	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 61						
A	ABS	B	C	D	E	FX
68.85	0.0	16.39	11.48	3.28	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Jan Janac, PhD., prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/172M/11	Názov predmetu: Medzinárodné finančné centrá a globálna ekonomika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 30 % priebežné hodnotenie prezentácií seminárnych prác študentov 70 % záverečný písomný test celkovo 100 % podľa klasifikačnej stupnice UK-FM	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu sa bude študent schopný vyznať v aktuálnom dianí vo svetovej ekonomike, pochopí príčiny ako aj dôsledky globalizačných procesov, pričom bude vedieť rozlíšiť tak pozitívne ako aj negatívne prejavy internacionalizácie svetovej ekonomiky. Na základe nadobudnutých vedomostí bude schopný zaujať odborné stanovisko k problematike, ktorá je uvedená v osnove predmetu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Podstata, druhy a význam medzinárodných finančných centier v globálnej ekonomike 2. Medzinárodné bankovníctvo ako faktor vplývajúci na tvorbu MFC 3. Novodobé trendy vo vývoji globálnej ekonomiky 4. Triléma v menovej politike a súčasný medzinárodný menový systém 5. Medzinárodná likvidita a riadenie devízových rezerv 6. Vedúce meny v 21. storočí – porovnanie postavenia USD, GBP, JPY, čínskeho remimbi, ruského rubľa, CHF a SDR v globálnej ekonomike 7. Finančné krízy v 21. storočí a systém včasného varovania 8. Globálna nerovnováha a zmeny v globálnej finančnej architektúre, úloha MMF a ďalších nadnárodných finančných inštitúcií 9. Noví lídri svetovej ekonomiky – krajiny BRICS, Mena, Vista, NEXT 11, SNŠ 10. Rozdiel medzi on shore a off shore centrami – možnosti vstupu FO a PO na jednotlivé typy centier (vrátane daňových rajov) 11. Pranie špinavých peňazí a financovanie terorizmu ako problém medzinárodných financií 12. Aktuálny stav ekonomickej integrácie v Európe, Ázii, Afrike a Amerike 13. Porovnanie vývoja na finančných trhoch v Európe, USA a Japonsku	
Odporúčaná literatúra: 1. Kotlebová, J. – Chovancová, B.: Medzinárodné finančné centrá – zmeny v globálnej finančnej architektúre. Bratislava: Iura Edition 2010 ISBN 978-80-8078-299-3	

2. Jankovská, A., Kotlebová, J., Šturc, B.: Medzinárodné financie, Bratislava: IURA Edition 2003, s. 529, ISBN 80-89047-56-4 3. Wotava, M.: Daňové ráje, British Royal Crown Trust 1997/98 4. časopisy – The Banker, Euroreport, The Economic Journal, The ECB Monthly Bulletin 5. Annual Report of BIS, IMF, ECB, WB, ADB, AfDB, IADB 6. webové stránky nadnárodných inštitúcií						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický jazyk						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 97						
A	ABS	B	C	D	E	FX
17.53	0.0	18.56	23.71	16.49	23.71	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Jana Kotlebová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/196FJM/12		Názov predmetu: Medzinárodné fiškálne inžinierstvo /FJ/				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/253M/16	Názov predmetu: Medzinárodný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné písomky a finálna písomka, ústne skúšanie hodnotené podľa systému FM UK, účasť a aktivita na vyučovaní, prezentácie.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je oboznámiť študentov so špecifikami manažmentu v podmienkach medzinárodného prostredia. Študent ovláda organizačné koncepty, modely vedenia spoločnosti. Má vedomosti o strategickom manažmente medzinárodných spoločností. Nadobúda aj schopnosť diferencovania interkultúrnych rozdielov a zaoberá sa s nadnárodnými korporáciami a etickými otázkami ich pôsobenia . Je schopný komunikovať na vysokej úrovni v nemeckom jazyku v oblasti medzinárodného manažmentu . Nadobudol zručnosti a schopnosti pre prácu, založenú na vzájomnom rešpektovaní práv a povinností a na prevzatí osobnej zodpovednosti za svoje konanie. Po ukončení procesu vzdelávania má vedomosti a je dostatočne pripravený pracovať v multikultúrnom prostredí	
Stručná osnova predmetu: 1. Historický vývin cezhraničných aktivít 2. Integrované procesy v súčasnosti 3. Dimenzie globalizácie 4. Multinacionálne a transnacionálne korporácie 5. Medzinárodná podnikateľská stratégia 6. Strategický manažment v nadnárodných spoločnostiach 7. Voľba sídla, lokality, forma prístupu na trh, čas prístupu na trh 8. Formy prístupu na trh 9. Formy vlastníctva 10. Strategické alternatívy 11. Priemyselná demokracia, zamestnanecké vzťahy a sociálny dialóg 12. Hospodárske vzťahy medzi Slovenskou republikou a Republikou Rakúsko, medzi Slovenskou republikou a Spolkovou republikou Nemecko a medzi Slovenskou republikou a Francúzskom.	
Odporúčaná literatúra: Welge, M.K., Holtbrugge D.: Internationales Management, Schaffel-Poeschel Verlag, Stuttgart, 2006, ISBN – 13: 978-3-7910-2465-3, ISBN – 10:3 -7910-2465 -5	

Strunz, H.: Einführung in das Internationale Management, Jan, Niederle Media, 2005 Zadrazilová, D.: Medzinárodný manažment, CZU, Praha 2004						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: nemecký jazyk						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3						
A	ABS	B	C	D	E	FX
66.67	0.0	0.0	33.33	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., Ing. Jarmila Wefersová, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/155M/13	Názov predmetu: Medzinárodný manažment (NJ)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné písomky hodnotené podľa systému FM UK, účasť a aktivita na vyučovaní a prezentácie.	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu by mal vedieť o podstate a význame medzinárodného manažmentu , globalizácii hospodárstva, teórie medzinárodného podnikania, strategický manažment v medzinárodných spoločnostiach a aspekty kultúry v medzinárodnom manažmente.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do medzinárodného manažmentu a podnikania: Podstata a význam medzinárodného manažmentu. Profil a štýl práce globálnych manažérov. Manažéri a medzinárodné pracovné prostredie. Medzinárodná podnikateľská etika. Nové trendy v rozvoji medzinárodného manažmentu a podnikania. 2. Medzinárodný manažment a jeho špecifiká v jednotlivých oblastiach a funkciách manažmentu: Organizovanie v medzinárodných podnikoch. Tvorba medzinárodných podnikateľských sietí. Medzinárodný strategický manažment. Medzinárodné podnikateľské stratégie. Vedenie ľudí v medzinárodných spoločnostiach. 3. Aspekty kultúry v medzinárodnom manažmente: Kultúra v medzinárodnom manažmente. Vysvetlenie kultúry podľa G. Hofsteda a F. Trompenaarsa. Podnikanie v kontexte národnej kultúry. Uplatnenie interkultúrnej komunikácie v manažmente. Ekonomická a kultúrna globalizácia a jej vplyv na medzinárodný manažment. 4. Medzinárodný manažment a nadnárodné spoločnosti: Nadnárodné spoločnosti a ich význam v svetovej ekonomike. Charakteristika nadnárodných spoločností. Proces internacionalizácie činností. Historický vývoj nadnárodných spoločností a mechanizmus ich fungovania. Nadnárodné spoločnosti a ich význam v svetovej ekonomike. Sociálna zodpovednosť nadnárodných podnikov.	
Odporúčaná literatúra: WELGE, M.K., HOLTBRUGGE D.: Internacionales Management, Schaffel-Poeschel Verlag Stuttgart,2006 UBREŽIOVÁ, I.: Medzinárodný manažment a podnikanie, SPU, Nitra 2006 STRUNZ, H.: Einfuhrung in das Internationale Management, Jan, Niederle Media, 2005 ZADRAŽILOVÁ, D.: Medzinárodný manažment, CZU, Praha 2004	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: nemecký						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 22						
A	ABS	B	C	D	E	FX
63.64	0.0	9.09	18.18	4.55	4.55	0.0
Vyučujúci: Ing. Jarmila Wefersová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/030M/00	Názov predmetu: Medzinárodný marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % – aktívna účasť na seminároch (v prípade neospravedlnenej neúčasti alebo nepripravenosti na seminár strata 10%), priebežné hodnotenie (písomný test – 0%, možná strata 10%), semestrálny projekt – aplikácia získaných teoretických znalostí na vybranú organizáciu – 20%, semestrálna práca na vopred zvolenú a schválenú tému – 20%, 60% – záverečný písomný test. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študenti po absolvovaní predmetu Medzinárodný marketing získajú možnosť hlbšieho poznania problematiky pôsobenia a činnosti podnikateľských subjektov v prostredí medzinárodného a svetového trhu, ako aj orientácie v prostredí medzinárodných trhov, určovania vhodných stratégií pre vstup na dané trhy, ako aj aplikácie prvkov marketingového mixu v medzinárodnom kontexte. Predmet umožňuje odhadovať a analyzovať medzinárodné prostredie, určiť vhodnú stratégiu pre vstup na medzinárodný trh a porozumieť aplikácii prvkov marketingového mixu v kontexte medzinárodného prostredia.	
Stručná osnova predmetu: 1. Medzinárodný marketing – úvod do problematiky. Medzinárodný marketing a obchod. 2. Medzinárodné trhy a medzinárodný marketingový výskum. 3. Medzinárodné marketingové prostredie. 4. Stratégie vstupu na zahraničné trhy. 5. Medzinárodná segmentácia trhu, výber cieľových trhov a tvorba trhovej pozície. 6. Medzinárodný marketingový mix. 7. Produkt. Značka a budovanie značky v medzinárodnom kontexte. 8. Vstup na zahraničné trhy a medzinárodná distribúcia. Doprava a medzinárodná logistika. 9. Cena a cenové stratégie. Medzinárodný platobný systém. 10. Marketingová komunikácia a jej špecifiká v medzinárodnom kontexte. 11. Implementácia marketingových stratégií na medzinárodných trhoch. 12. Procesy globalizácie. Vplyv európskeho priestoru na marketing.	

Odporúčaná literatúra:

- ☐ ŠTARCHOŇ, P.: Medzinárodný marketing. Vybrané časti. Pracovný materiál.
- ☐ CATEORA, P. R. – GRAHM, J. L.: International Marketing. Irwin Professional 2007.
- ☐ USUNIER, J.C. – LEE, J. A.: Marketing Across Cultures. Harlow: Pearson Education Limited 2005.
- ☐ HOLLENSSEN, S.: Global Marketing: A Decision-Orientated Approach, 4/e. Financial Times Press 2007.
- ☐ LARSEN, H. H.: Cases in Marketing. London: Sage Publications 1997.
- ☐ MACHKOVÁ, H.: Mezinárodní marketing. Praha: Grada Publishing 2009.
- ☐ Časopisy: Trend, Journal of International Marketing, Marketing Inspirations, elektronický zdroj: ProQuest – database.
- ☐ Vzhľadom na nové a dostupné zdroje bude priebežne aktualizovaná.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský a anglický jazyk

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 730

A	ABS	B	C	D	E	FX
21.23	0.0	25.48	19.86	16.58	15.34	1.51

Vyučujúci: Mgr. František Olšavský, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/031M/10	Názov predmetu: Medzinárodný marketing (1)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40% - aktívna účasť (v prípade neospravedlnenej neúčasti strata 10%), - prípadové štúdium – 40%, 60% - záverečný písomný test.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom výberového predmetu Medzinárodný marketing I. je bližšie preniknutie do problematiky činnosti podnikateľských subjektov v prostredí svetového trhu. Obsahom predmetu je štúdium medzinárodných trhov, určovanie vhodných stratégií pre vstup na dané trhy, ako aj aplikácia prvkov marketingového mixu v medzinárodnom kontexte. Predmet umožňuje odhadovať a analyzovať medzinárodné prostredie, určiť vhodnú stratégiu pre vstup na medzinárodný trh a porozumieť aplikácii prvkov marketingového mixu v medzinárodnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: 1. Medzinárodný marketing – úvod do problematiky. Teoretické vymedzenie a špecifiká medzinárodného marketingu. Medzinárodný marketing ako podnikateľská filozofia. Medzinárodný marketing a systém medzinárodného obchodu. Koncepcia medzinárodného marketingu. 2. Medzinárodné trhy a medzinárodný marketingový výskum. Medzinárodný marketingový výskum a výber trhov. Riadenie medzinárodného marketingového výskumu. Sekundárne informácie – ich zdroje. Primárne dáta. 3. Medzinárodné prostredie. Význam medzinárodného prostredia. Svetový obchod. Porovnanie domáceho a zahraničného trhu. Politické a právne prostredie. Ekonomické prostredie. Medzinárodné kultúrne a spoločenské prostredie. 4. Stratégie vstupu na zahraničné trhy. Export. Licencie. Franchising. Kontrakčná produkcia. Akvizície. Joint-venture. Priame zahraničné investície. Strategické aliancie. Offsetové programy. 5. Segmentácia trhu, výber cieľových trhov a pozicioning. Základné princípy segmentácie medzinárodných trhov a výberu cieľových segmentov. Špecifiká pozicioningu v medzinárodnom kontexte. Vybrané aspekty trhu spotrebiteľov, zákaznícky bojkot. 6. Medzinárodný marketingový mix.	

Úvod do medzinárodného marketingového mixu. Produkt. Cena. Distribúcia. Marketingová komunikácia. 7. Produkt. Značka a budovanie značky v medzinárodnom kontexte. Životný cyklus produktov. Vývin nových produktov. Problém adaptácie a štandardizácie. 8. Distribúcia. Vstup na zahraničné trhy a medzinárodná distribúcia. Vnútorné distribučné kanály. Doprava a medzinárodná logistika. 9. Cena. Vplyv vybraných faktorov na cenu. Cenové stratégie. Medzinárodný platobný systém. Incoterms. 10. Marketingová komunikácia. Prvky marketingového komunikačného mixu. Význam prostredia. Problém adaptácie a štandardizácie. Plánovanie marketingovej komunikácie v medzinárodnom kontexte. 11. Implementácia marketingových stratégií. Implementácia marketingových stratégií na medzinárodných trhoch. Procesy globalizácie. Vplyv európskeho priestoru na marketing. 12. Prehľad obsahu predmetu a prednáška na aktuálnu tému.																				
Odporúčaná literatúra: • ŠTARCHOŇ, P.: Medzinárodný marketing I. Vybrané časti. Pracovný materiál. • CATEORA, P. R. – GRAHM, J. L.: International Marketing. Irwin Professional 2007. • USUNIER, J.C. – LEE, J. A.: Marketing Across Cultures. Harlow: Pearson Education Limited 2005. • HOLLENSSEN, S.: Global Marketing: A Decision-Orientated Approach, 4/e. Financial Times Press 2007. • LARSEN, H. H.: Cases in Marketing. London: Sage Publications 1997. • MACHKOVÁ, H.: Mezinárodní marketing. Praha: Grada Publishing 2006. • SVĚTLÍK, J.: Marketing pro evropský trh. Praha: Grada Publishing 2003. • Trend, Journal of International Marketing, Marketing Inspirations, ProQuest – database.																				
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ, AJ																				
Poznámky:																				
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 70 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th></tr> <tr> <td>62.86</td><td>0.0</td><td>31.43</td><td>4.29</td><td>1.43</td><td>0.0</td><td>0.0</td></tr> </table>							A	ABS	B	C	D	E	FX	62.86	0.0	31.43	4.29	1.43	0.0	0.0
A	ABS	B	C	D	E	FX														
62.86	0.0	31.43	4.29	1.43	0.0	0.0														
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Mgr. František Olšavský, PhD.																				
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016																				
Schválil:																				

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/032M/10	Názov predmetu: Medzinárodný marketing (2)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40% - aktívna účasť (v prípade neospravedlnenej neúčasti strata 10%), - prípadové štúdium – 40%, 60% - záverečný písomný test.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom výberového predmetu Medzinárodný marketing I. je bližšie preniknutie do problematiky činnosti podnikateľských subjektov v prostredí svetového trhu. Obsahom predmetu je štúdium medzinárodných trhov, určovanie vhodných stratégií pre vstup na dané trhy, ako aj aplikácia prvkov marketingového mixu v medzinárodnom kontexte. Predmet umožňuje odhadovať a analyzovať medzinárodné prostredie, určiť vhodnú stratégiu pre vstup na medzinárodný trh a porozumieť aplikácii prvkov marketingového mixu v medzinárodnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: 1. Medzinárodný marketing – úvod do problematiky. Teoretické vymedzenie a špecifiká medzinárodného marketingu. Medzinárodný marketing ako podnikateľská filozofia. Medzinárodný marketing a systém medzinárodného obchodu. Koncepcia medzinárodného marketingu. 2. Medzinárodné trhy a medzinárodný marketingový výskum. Medzinárodný marketingový výskum a výber trhov. Riadenie medzinárodného marketingového výskumu. Sekundárne informácie – ich zdroje. Primárne dáta. 3. Medzinárodné prostredie. Význam medzinárodného prostredia. Svetový obchod. Porovnanie domáceho a zahraničného trhu. Politické a právne prostredie. Ekonomické prostredie. Medzinárodné kultúrne a spoločenské prostredie. 4. Stratégie vstupu na zahraničné trhy. Export. Licencie. Franchising. Kontrakčná produkcia. Akvizície. Joint-venture. Priame zahraničné investície. Strategické aliancie. Offsetové programy. 5. Segmentácia trhu, výber cieľových trhov a pozicioning. Základné princípy segmentácie medzinárodných trhov a výberu cieľových segmentov. Špecifiká pozicioningu v medzinárodnom kontexte. Vybrané aspekty trhu spotrebiteľov, zákaznícky bojkot. 6. Medzinárodný marketingový mix.	

Úvod do medzinárodného marketingového mixu. Produkt. Cena. Distribúcia. Marketingová komunikácia.
7. Produkt. Značka a budovanie značky v medzinárodnom kontexte. Životný cyklus produktov. Vývin nových produktov. Problém adaptácie a štandardizácie.
8. Distribúcia. Vstup na zahraničné trhy a medzinárodná distribúcia. Vnútorne distribučné kanály. Doprava a medzinárodná logistika.
9. Cena. Vplyv vybraných faktorov na cenu. Cenové stratégie. Medzinárodný platobný systém. Incoterms.
10. Marketingová komunikácia. Prvky marketingového komunikačného mixu. Význam prostredia. Problém adaptácie a štandardizácie. Plánovanie marketingovej komunikácie v medzinárodnom kontexte.
11. Implementácia marketingových stratégií. Implementácia marketingových stratégií na medzinárodných trhoch. Procesy globalizácie. Vplyv európskeho priestoru na marketing.
12. Prehľad obsahu predmetu a prednáška na aktuálnu tému.

Odporúčaná literatúra:

- ŠTARCHOŇ, P.: Medzinárodný marketing I. Vybrané časti. Pracovný materiál.
- CATEORA, P. R. – GRAHM, J. L.: International Marketing. Irwin Professional 2007.
- USUNIER, J.C. – LEE, J. A.: Marketing Across Cultures. Harlow: Pearson Education Limited 2005.
- HOLLESEN, S.: Global Marketing: A Decision-Orientated Approach, 4/e. Financial Times Press 2007.
- LARSEN, H. H.: Cases in Marketing. London: Sage Publications 1997.
- MACHKOVÁ, H.: Mezinárodní marketing. Praha: Grada Publishing 2006.
- SVĚTLÍK, J.: Marketing pro evropský trh. Praha: Grada Publishing 2003.
- Trend, Journal of International Marketing, Marketing Inspirations, ProQuest – database.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ; AJ

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 37

A	ABS	B	C	D	E	FX
86.49	0.0	10.81	0.0	0.0	2.7	0.0

Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Mgr. František Olšavský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/MIS-M/13		Názov predmetu: MIS - špeciálne témy				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 37						
A	ABS	B	C	D	E	FX
97.3	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0
Vyučujúci: Ing. Vincent Karovič, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/030M/00	Názov predmetu: MIS - špeciálne témy
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Budovanie informačného systému – zaradenie projektu IS do rozvojového plánu, posúdenie vykonateľnosti projektu, zaistenie podpory pre projekt, formulácia rozsahu projektu, ... Riadenie procesu budovania informačného systému – návrh systému riadenia procesu, úplná kontrola nad priebehom projektu. Samostatný systém, ktorý pozostáva z komponentov ako: Organizácia, plánovanie, kontrola a motivácia. Informačná bezpečnosť – vysvetlenie pojmov ako dostupnosť, dôverynosť, integrita, politiky, praktiky, procedúry. ISMS systém riadenia informačnej bezpečnosti. Analýza rizík – identifikácia rizík, analýza aktív, hrozieb, zraniteľností a určenie rizík. Krízový manažment – príčiny a dôsledky kríz. Princípy, metódy a postupy riešenia. Činnosť ľudí v špecifickom prostredí. Prevencia vzniku krízových situácií. Životný cyklus informačného systému – fázy vývoja informačného systému. Modely životného cyklu IS Riadenie kvality informačného systému – riadenie kvality podľa ISO 9000. Audit informačného systému – metódy, kritéria, frekvencia auditov. Auditné záznamy. Business continuity management – plánovanie kontinuity činností, plánovanie obnovy. Úspešná reakcia podnikov na nepredvídateľné udalosti ako konkurenčná výhoda.	
Odporúčaná literatúra: •Strnád, O.: Bezpečnosť a manažment informačných systémov. STU, Bratislava, 2009 •Bruckner, T., Voříšek, J., Buchalceková, A.: Tvorba informačních systémů : principy, metodiky, architektury Grada, Praha, 2012 •ISO/IEC 27001:2005 Information Security Management System •ISO/IEC 27005:2008 Information security risk management	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 6						
A	ABS	B	C	D	E	FX
66.67	0.0	33.33	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Július Selecký, PhD., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/033M/00	Názov predmetu: Non-profit marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: odovzdanie seminárnej práce na konci semestra Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Študenti si rozšíria vedomosti o znalosti zo sukromného neziskového sektoru a taktiež využívania marketingu v danom neziskovom sektore – non profit sektore.	
Stručná osnova predmetu: 1) Neziskové organizácie v trhovej ekonomike, faktory ovplyvňujúce vznik a rozvoj neziskového sektora, história a súčasnosť neziskového sektora na Slovensku 2) Znaky a funkcie neziskového sektora, typológia neziskových organizácií, neziskové organizácie a ich vzťahy so spoločnosťou 3) Organizačné formy neziskových organizácií, právna úprava neziskových organizácií, nadácie, neziskové organizácie poskytujúce všeobecne prospešné služby a ostatné 4) Manažment neziskových organizácií, základy a štruktúra manažmentu, nevyhnutnosť manažérskeho myslenia, osobitné problematiky manažmentu neziskových organizácií. 5) Strategický manažment neziskových organizácií, faktory ovplyvňujúce proces strategického riadenia neziskovej organizácie, stratégia a strategické riadenie: vízia, poslanie, hodnoty, ciele organizácie, tvorba strategického plánu, implementácia, kontrola a spätná väzba. 6) Personálny a dobrovoľnícky manažment neziskovej organizácie, podstata personálneho manažmentu, personálny manažment platených pracovníkov/zamestnancov, manažment dobrovoľníkov, príprava a návrh dobrovoľníckych miest, nábor dobrovoľníkov, školenie dobrovoľníkov, riadenie a hodnotenie práce dobrovoľníkov a iné, úlohy vedenia neziskovej organizácie. 7) Financovanie – získavanie finančných prostriedkov, fundraising neziskových organizácií, financovanie zo štátnych zdrojov, súkromných zdrojov, individuálnych zdrojov, samofinancovanie a podnikanie neziskových organizácií. 8) Fundraisingový plán – obsahová náplň	

9) Marketing v neziskových organizáciách, osobitosti marketingu, špecifiká komunikácie neziskových organizácií, marketingové plánovanie, marketingový výskum 10) Marketingový mix – produkt, cena, miesto a odbytové cesty, komunikácia, ľudské zdroje, procesy, služba zákazníčkovi, kontrola plnenia marketingového plánu 11) Princípy hospodárenia v neziskových organizáciách						
Odporúčaná literatúra: Bartáková, G. – Cibáková, V. – Štarchoň, P. a kol.: Základy marketingu. Bratislava: 228 s.r.o., 2007. ISBN 978-80-969588-3-2 Bloom, P.N. – Gundlach, G.T.: Handbook of Marketing and Society. New York: Hill and Wang, 2003. ISBN 0-7619-1626-1 Majdúchová, H. a kol.: Neziskové organizácie. Bratislava: Sprint, 2004. ISBN 80-88848-59-8 Goldberg, E.M. – Fishbein, M. – Middlestadt, E.S.: Social Marketing, Theoretical and Practical Perspectives. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1997.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 70						
A	ABS	B	C	D	E	FX
97.14	0.0	2.86	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/034M/00	Názov predmetu: Nové technológie a komunikačné média v marketingu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Počas semestra študenti získajú 80 percent hodnotenia, v skúškovom období 20 percent. Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je predstaviť poslucháčom nové, zatiaľ ešte dosť netradičné formy marketingu, pri ktorých sú používané najnovšie výdobytky vedy a techniky. Predmet dáva všeobecný prehľad o oblastiach ako: e-commerce, e-marketing, kontextová reklama, m-commerce, mobile marketing, business intelligence, virtual reality, elektronické platobné systémy, sila komunit a podobne.	
Stručná osnova predmetu: - Oboznámenie sa s predmetom, krátky náhľad do využívania nových technológií v marketingu - Vyhľadávanie a lokalizácia za účelom zasiahnutia zákazníka - Sociálne siete (Facebook, Twitter, Pokec, ...) a ich využitie pre marketingové účely - Online PR a jeho zásady + kontextová reklama - Marketing na internete v praxi (guest speaker) - Elektronické nakupovanie a elektronické platobné systémy - Product placement (guest speaker) - Interaktívna reklama – prepojenie TV s inými médiami (interaktívne výklady, internetová TV, interaktívne promo web pages a microsites...) - Hry a virtuálna realita v marketingu - Mobile marketing (SMS marketing, Bluetooth marketing, Mobilná kontextová reklama,...) - M-commerce (mobilné nakupovanie, mobilné platby) - Augmented Reality, Object Recognition - SO-LO-MO koncept	
Odporúčaná literatúra: HOFNICH J, KIRCHER G., LINKE CH., SCHLOTE I.: Mobile media and the change of everyday life, Wien: Peter Lang,, 2010. AHONEN, T., BARRETT, J. Services for UMTS: creating killer applications in 3G. Chichester: Wiley, 2002, ISBN 0471 485500	

METKE, J. m-marketing: Mobilný telefón ako nový nástroj marketingu. Bratislava: Univerzita Komenského, 2006 (diplomová práca)
 Kashani, K. Beyond Traditional Marketing – Innovations in Marketing Practice. Chichester: Wiley, 2006, ISBN 13 978-0-470-01146-1
 MOHR, J., SENGUPTA, S., SLATER, S. Marketing of High-Technology Products and Innovations. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2005, ISBN 0-13-123023-9
www.medialne.sk
www.hnonline.sk – príloha: Digitálny svet
www.mobilmania.sk

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 256

A	ABS	B	C	D	E	FX
66.41	0.0	23.05	8.59	1.56	0.0	0.39

Vyučujúci: Mgr. Jozef Metke

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/035M/00	Názov predmetu: Nové trendy v marketingu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 percent počas semestra, 60 percent záverečná práca	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je seznámit studenty s najnovějšími trendy v marketingu. Moderní trendy budú dokumentované na konkrétnych príkladoch z evropskej i svetovej praxe. Studenti si budú môcť vyzkúšať implementáciu moderných trendů v seminárnej práci na vlastnom - zvolenom príklade.	
Stručná osnova predmetu: Téma č. 1 Holistický marketing Čtyři základní pilíře hospodického marketingu: vztahový marketing (relationship marketing), integrovaný marketing, interní marketing a společenský marketing Téma č. 2 Event marketing Event marketing jako nástroj marketingové komunikace, cíle event marketingových akcí, event marketing a sponzoring, druhy event marketingu Téma č. 3 Brand marketing Nové trendy v brand marketingu, tvorba strategie značky (rozpínání výrobní řady, rozšíření značky, multiznačkové strategie, strategie nových značek, strategie spojování značek – dualbranding) Téma č. 4 Word of Mouth Marketing Buzz marketing – jeho podstata a využití. Virální marketing - podstata virálního marketingu, jevové formy a jeho využití v komunikačních strategiích Téma č. 5 Guerrilla marketing Podstata guerrilla marketingu, pravidla, taktiky, efektivní podpora médií v rámci guerrilla marketingu, direct marketing a guerilla marketing, Téma č. 6 Ambush marketing Podstata, formy ambush marketingu, základní strategie ambush marketingu a příklady jeho využití. Téma č. 7 Product placement Podstata a historie product placementu, typy product placementu, product placement a právní úprava. Téma č. 8 Internetový marketing	

Internet vs. Tradiční média, podstata internetového marketingu, internet jako součást marketingové komunikační strategie firmy, marketingový mix a internet, základní druhy internetové reklamy, grafická reklama, textová reklama, internet a podpora prodeje. Téma č. 9 Mobilní marketing a m-komerce Vývoj, faktory a klíčové vlastnosti, reklamní SMS, MMS, SMS soutěže, ankety a hlasování, hry, a advergaming, reklamní loga a vyzváněcí melodie, M-komerce Téma č. 10 Postmoderní marketing Charakteristika postmoderního marketingu , koncepce „4 P“, postmoderní marketing a sémiotika, využití postmoderního marketingu v marketingovém výzkumu Téma č. 11 Ostatní formy marketingu Retro marketing – jeho podstata a využití. Engagement marketing – podstata a jeho využití, Behaviorální marketing – podstata a jeho využití.
Odporúčaná literatúra: Fragasso, Philip M., Marketing for rainmakers : 52 rules of engagement to attract and retain customers for life / Vyd. údaje Hoboken, N.J. : Wiley,, c2008. http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10249213 Blažková, M.: Jak využít internet v marketingu, Krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti.Praha: Grada Publishing 2005, ISBN 80-247-1095-1 Frey, P.: Marketingová komunikace: nové trendy a jejich využití. Praha: Management Press 2005, ISBN 80-7261-129-1 Gibson, R.: Nový obraz budoucnosti.3. vydání. Praha: Management Press 2007, ISBN 978-80-7261-159-1 Haig, M: Království značky, Praha: Ekopress 2006. ISBN 80-86929-09-4 Havelka, J.: Internetový marketing: Praktické rady, tipy a návody a postupy pro využití internetu v marketingu. Praha, Computer Press 2001, ISBN 80-7226-498-2 Hesková, M., Štarchoň, P.: Marketingová komunikace a moderní trendy v marketingu, J. Hradec, Oeconomia 2009, ISBN 978-80-245-1520-5 Huges, M.: Buzzmarketing, přimějte lidi, aby o vás mluvili, Praha: Management Press 2006, ISBN 80-7261-153-4 Kotler, P. Keller, K.L.: Marketing Management. 12 e, Praha: Management Press 2007, ISBN 978-80-247-1359-5 Levinson, J.C. Guerrilla Marketing Attack, Boston: Houghton Mifflin Company 1989, ISBN 0-395-50220-9 Levinson, J.C.: 50 zlatých pravidel ofenzivního marketingu – Guerrilla marketing. Praha: Management Press 1996, ISBN 80-85603-96-9 Sedláček, J.: E-commerce, internetový a mobilní marketing od A do Z. Praha: Nakladatelství BEN, ISBN 80-7300-195-0 Šindler, P.: Ivent marketing: jak využít emoce v marketingové komunikaci. Praha: Grada Publishing 2003, ISBN 80-24706-466 Časopis Marketing Inspirations – příspěvky s tématy moderní trendy v marketingu Internetové zdroje
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ
Poznámky:

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 57						
A	ABS	B	C	D	E	FX
54.39	0.0	31.58	8.77	1.75	0.0	3.51
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM/O5SJ/15		Názov predmetu: Obhajoba diplomovej práce			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná					
Počet kreditov: 4					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3., 4..					
Stupeň štúdia: II.					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu:					
Výsledky vzdelávania:					
Stručná osnova predmetu:					
Odporúčaná literatúra:					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 301					
A	B	C	D	E	FX
64.45	22.26	8.31	2.66	2.33	0.0
Vyučujúci:					
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016					
Schválil:					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/093M/00	Názov predmetu: Obranná a bezpečnostná politika EÚ
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1. Rácium Motivačné a metodické uvedenie do predmetu. Výklad zložitého procesu budovania európskej bezpečnosti až po súčasný stav výstavby EBOP a rozvoj európskej bezpečnostnej stratégie, zmeny geopolitickej situácie v Európe a zmena charakteru bezpečnostných rizík a hrozieb. Podpora medzinárodnej spolupráce v otázkach bezpečnosti. 2. Spoločná európska zahraničná a bezpečnostná politika- druhý pilier EÚ Medzníky vývoja Spoločnej zahraničnej a bezpečnostnej politiky EÚ. Potreba inštitucionálneho a procedurálneho urýchlenia prijímania rozhodnutí. Petersberské misie: Rímska deklarácia, Haagska platforma, humanitárne a záchranné misie, udržiavanie mieru, vojenské akcie počas krízového manažmentu. Implementácia Petersberských úloh, schopnosť EÚ riešiť otázky krízového manažmentu, prehľad operačných úloh ZEÚ – realita. 3. Západoeurópska únia Hlavná charakteristika vojensko-politického zoskupenia, analýza hlavných cieľov ZEÚ a jej podstaty. Účastnícke štáty ZEÚ, členské krajiny, asociované členské krajiny, pozorovatelia, asociované partnerské krajiny. Štruktúra ZEÚ, Rada ZEÚ, Rada ministrov, Stála rada, Generálny sekretariát, Parlamentné zhromaždenie, Európske bezpečnostné a obranné zhromaždenie. Splývanie funkcií ZEÚ a Spoločnej bezpečnostnej a zahraničnej politiky EÚ. 4. Organizácia pre bezpečnosť a spoluprácu v Európe Charakteristika významného regionálneho bezpečnostného zoskupenia (organizácie) OBSE. Expertné rokovania KBSE/OBSE, Belehrad, Madrid, Viedeň, Paríž, Helsinky, Budapešť, Lisabon, Istanbul. Rozbor hlavných cieľov OBSE a charakteristika hlavných orgánov OBSE, Summit najvyšších predstaviteľov štátov a vlád, Hodnotiaca konferencia OBSE, Parlamentné zhromaždenie, Rada ministrov, Rada splnomocnencov, Stála rada, Fórum OBSE pre spoluprácu bezpečnosti, Operatívne orgány a Pridružené orgány. Aktivity OBSE. 5. NATO a európska bezpečnosť Objasnenie zložitého vývoja NATO na konci 20. a začiatku 21. storočia. Riadiace štruktúry, členské krajiny (26) a účastnícke krajiny Partnerstva za mier (46). Hlavné ciele a základný princíp NATO.	

Štruktúra NATO a jej politické a vojenské prvky. Mechanizmy fungovania NATO. NATO a veda. Euroatlantická partnerská rada, Partnerstvo za mier, Severoatlantická rada pre spoluprácu. 6. Ciele a komponenty bezpečnosti SR ako členskej krajiny v EÚ Objasnenie úlohy SR ako členskej krajiny v Spoločnej zahraničnej a bezpečnostnej politike EÚ, jej stotožnenie sa s cieľmi SZBP vyjadrujúcimi aj základné záujmy zahraničnej politiky SR. Teoretické problémy európskej bezpečnosti a ich riešenie v SR. Vzťah SR k NATO. Bezpečnostné záujmy a ciele SR, hrozby a výzvy relevantné pre SR a úlohy a nástroje na realizáciu cieľov.																				
Odporúčaná literatúra: PAWERA, R.: Manažment európskej bezpečnosti, Eurounion, Bratislava 2004, ISBN 80-88984-71-8. Odporúčaná: Euroatlantické spojenectvo v podmienkach budovania európskej bezpečnostnej štruktúry. Fridrich Ebert Stiftung 1999. KOMORNÍK, J. a kol.: Amsterdamská zmluva, Eurounion s. r. o., Bratislava, 1999 PAWERA, R.: Výučba predmetov Spoločná zahraničná politika EÚ a obranná a bezpečnostná politika EÚ. In.: Európska integrácia v univerzitnom vzdelávaní, Eurounion, Bratislava 2004, ISBN 80-88984-61-0.																				
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:																				
Poznámky:																				
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 104 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th></tr> <tr> <td>85.58</td><td>0.0</td><td>10.58</td><td>2.88</td><td>0.0</td><td>0.96</td><td>0.0</td></tr> </table>							A	ABS	B	C	D	E	FX	85.58	0.0	10.58	2.88	0.0	0.96	0.0
A	ABS	B	C	D	E	FX														
85.58	0.0	10.58	2.88	0.0	0.96	0.0														
Vyučujúci: doc. PhDr. René Pawera, PhD.																				
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016																				
Schválil:																				

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/094M/09	Názov predmetu: Oceňovanie podnikov (1)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra bude študentmi realizovaný projekt ohodnotenia vybranej firmy, ktorý bude slúžiť pre celkové hodnotenie. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 bodov, na získanie hodnotenia B minimálne 81 bodov, na hodnotenie C minimálne 76 bodov, na hodnotenie D minimálne 66 bodov a na hodnotenie E minimálne 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Seminár by mal poskytnúť študentom základné poznatky z problematiky oceňovania podnikov tak ako sa realizujú v praxi. Podstatnou časťou efektívneho manažmentu je správne stanovenie hodnoty firmy. Kurz poskytne študentom pohľad na základné procesy stanovenia hodnoty firmy od počiatkovej analýzy finančných výkazov a pomeroých ukazovateľov až po pochopenie komplexnej metódy diskontovaných peňažných tokov. Kurz poskytne študentom odpovede na otázky typu: čo tvorí hodnotu firmy a aké základné parametre ju ovplyvňujú; aké techniky používajú analytici na finančných trhoch na zistenie či je akcia firmy na burze nadhodnotená alebo podhodnotená; aký je rozdiel v chápaní hodnoty firmy ako samostatne nepretržite fungujúcou entitou a potenciálnym cieľom akvizície; akým spôsob zostaviť zjednodušený model ocenenia firmy obchodovanej na burze? Na seminároch budú využívané praktické príklady pre pochopenie danej problematiky. Na seminároch bude využívaný systém Bloomberg Professional Terminal pre rýchle a efektívne získavanie a analyzovanie informácií z finančného ako aj podnikového prostredia. Po úspešnom absolvovaní predmetu by mal študent rozumieť základným aspektom ocenenia firmy a mal by byť schopný realizovať pokročilú finančnú analýzu podniku. Po absolvovaní predmetu by mal byť študent pripravený pracovať vo finančnej oblasti, ako finančný poradca alebo finančný analytik na pozíciách, ktoré vyžadujú základné až pokročilé znalosti z oblasti finančnej analýzy podnikov a ich ohodnocovania.	
Stručná osnova predmetu: 1. Základné charakteristiky oceňovania firiem. 2. Právne minimum pre podnikové kombinácie na Slovensku. 3. Metódy ohodnotenia firmy založené na cenových násobkoch. 4. Metódy ohodnotenia firmy založené na diskontovaných peňažných tokoch.	

5. Odhad budúcich peňažných tokov firmy. 6. Stanovenie váženej priemernej ceny kapitálu. 7. Metódy ohodnotenia firmy založené na diskontovaných dividendách. 8. Ocenenie neprevádzkového majetku firmy. 9. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze. 10. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze. 11. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze. 12. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze.						
Odporúčaná literatúra: 1. McKinsey & Company, Inc. Copeland, T. Koller, T. Murrin, J.: Valuation Measuring and Managing the Value of Companies - 3rd Edition, John Wiley & Sons, Inc.2000 2. Brigham, E. F., Ehrhardt, M. C.: Financial Management, 11th Edition, Thomson, South-Western, 2005 3. Hitchner, J. R.: Financial Valuation, Applications and Models, John Wiley & Sons, Inc., 2003 4. Farkaš, R.: Kombinácie Podnikov, Iura Edition, 2008 5. Mařík, M. a kol.: Metody oceňování podniku, druhé vydání, Ekopres, 2007						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: anglicky, slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 187						
A	ABS	B	C	D	E	FX
86.1	0.0	10.16	2.14	0.53	0.53	0.53
Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/095M/10	Názov predmetu: Oceňovanie podnikov (2)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra bude študentmi realizovaný projekt ohodnotenia vybranej firmy, ktorý bude slúžiť pre celkové hodnotenie. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 bodov, na získanie hodnotenia B minimálne 81 bodov, na hodnotenie C minimálne 76 bodov, na hodnotenie D minimálne 66 bodov a na hodnotenie E minimálne 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Seminár by mal poskytnúť študentom pokročilé poznatky z problematiky oceňovania podnikov tak ako sa realizujú v praxi. Seminár poskytne študentom pohľad na všetky kľúčové procesy stanovenia hodnoty firmy. Kurz sa bude zameriavať na realizáciu oceneňovania firiem metódou diskontovaných CF – DCF a Valuation Multiples. Na seminároch budú využívané praktické príklady pre pochopenie danej problematiky. Na seminároch bude využívaný systém Bloomberg Professional Terminal pre rýchle a efektívne získavanie a analyzovanie informácií z finančného ako aj podnikového prostredia. Po úspešnom absolvovaní predmetu by mal študent rozumieť všetkým aspektom ocenenia firmy a mal by byť samostatne schopný realizovať pokročilú finančnú analýzu podniku. Po absolvovaní predmetu by mal byť študent pripravený pracovať vo finančnej oblasti, ako finančný poradca, finančný analytik alebo ako nezávislý odhadca na pozíciách, ktoré vyžadujú profesionálne znalosti z oblasti získavania finančných dát, ich spracovania a následnej finančnej analýzy a ohodnocovania podnikov.	
Stručná osnova predmetu: Stručná osnova predmetu: 1. Praktický príklad analýza firmy prostredníctvom finančných pomerových ukazovateľov. 2. Príprava finančného plánu. 3. Príprava finančného plánu, praktický príklad. 4. Praktický príklad pre využitie metódy ohodnotenia firmy založenej na diskontovaných peňažných tokoch. 5. Praktický príklad pre využitie metódy ohodnotenia firmy založenej na cenových násobkoch.	

6. Praktický príklad pre využitie metódy ohodnotenia firmy založenej na modely diskontovaných dividend (model DDM).
7. Analýza stanovenia váženej priemernej ceny kapitálu (WACC).
8. Praktický príklad pre ocenenie neprevádzkového majetku firmy.
9. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze – model DCF.
10. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze – model DCF.
11. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze – model DDM.
12. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze – model Valuation Multiples.

Odporúčaná literatúra:

. Koller, M. Goedhart, A. Wessels.: Valuation Measuring and Managing the Value of Companies, 5th Edition, McKinsey & Company, Inc., 2010.
 Brigham, E. F., Ehrhardt, M. C.: Financial Management, 14th Edition, Thomson, South-Western, 2014.
 Hitchner, J. R.: Financial Valuation, Applications and Models, John Wiley & Sons, Inc., 2013.
 Farkaš, R.: Kombinácie Podnikov, Iura Edition, 2008.
 Mařík, M. a kol.: Metody oceňování podniku, druhé vydání, Ekopres, 2007.
 Vozár M., Komorník J.: Oceňovanie podnikov, Kartprint 2012.
 Bloomberg Professional Terminal
 www.reuters.com

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglicky

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 67

A	ABS	B	C	D	E	FX
79.1	0.0	11.94	1.49	5.97	1.49	0.0

Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD., Mgr. Roman Gunis

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/040M/00	Názov predmetu: Ochrana informácií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 16 / 32 Za obdobie štúdia: 224 / 448 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Celkové hodnotenie bude udelené za test, seminárnu prácu a prezentáciu na vybranú tému: test -40%, seminárna práca – 40%, prezentácia na vybranú tému 20% Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 2 hodiny prednáška týždenne, 2 hodiny cvičenia týždenne Metóda akou sa vzdelávacia činnosť uskutočňuje: prezenčná	
Výsledky vzdelávania: Objasniť zložitosť a rozsah problému zabezpečenia systémov pre spracovanie údajov a poskytovanie informácií s dôrazom na úlohu manažéra v procese budovania a prevádzkovania takýchto systémov. Po úspešnom absolvovaní budú študenti schopní riadiť oblasť IS / ICT a vo firme, uplatňovať princípy IS / IT a informačnej bezpečnosti vo svojej manažerskej činnosti na pozíciách v rámci IT i mimo IT, a pôsobiť v rámci systému Riadenia informačnej bezpečnosti vo firme, vo všetkých fázach vývoja životného cyklu informačného systému vo všetkých manažerských pozíciách	
Stručná osnova predmetu: Všeobecné základy bezpečnosti a vymedzenie pojmu „bezpečný informačný systém“. Základné technické a programové prostriedky ochrany IS. Špecifiká bezpečnosti v sieťach. Bezpečnosť a proces vzniku IS. Bezpečnosť a prevádzka IS. Ľudský faktor a bezpečnostná kultúra organizácie. Základné bezpečnostné princípy. Audit IS.	
Odporúčaná literatúra: Englebertson P.: The Basics of Hacking and Penetration Testing: Ethical Hacking and Penetration Testing Made Easy (Syngress Basics Series), 2011, ISBN-13: 978-1597496551 Scambray J., Liu V., Sima C. Hacking Exposed Web Applications, Third Edition, 2010, ISBN-13: 978-0071740647 TIPTON, H F. -- KRAUSE, M. Information security management [elektronický zdroj]: handbook. [S.l.]: Auerbach Publications, 2007. 978-1-4200-6045-4 Stallings, W.; Brown, L.: Computer Security, Principle and Practise, 2nd Edition, Prentice Hall, 2011, ISBN-10: 0132775069; Stallings, W.: "Cryptography and Network Security: Principles and Practice", 5th Edition. Prentice Hall, 2010, ISBN-10: 0-13-609704-9	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 251						
A	ABS	B	C	D	E	FX
36.25	0.0	13.15	22.31	11.95	10.36	5.98
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Mgr. Ivan Osvald, Mgr. Vincent Karovič, PhDr. Peter Veselý, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/037M/00	Názov predmetu: Organizačné kultúry - teória
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 30 % – vypracovanie seminárnej práce a jej prezentácia 15% – aktívna účasť v diskusiách a pri riešení prípadových štúdií 55 % – záverečná písomná skúška Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Hlavné vzdelávacie ciele: Predmet poskytuje ucelené základné poznatky z teórie organizačných kultúr, a to o princípoch jej vzniku, charakteristikách, aktéroch ovplyvňujúcich jej vznik, tvorbu a zmenu a o jej prejavoch v organizácii. Hlavné vzdelávacie výstupy predmetu: Obsah predmetu sa zameriava na rozvíjanie schopnosti identifikovať a klasifikovať organizačnú kultúru v organizácii a porozumieť jej ako významnému nástroju riadenia organizácie bez ohľadu na jej veľkosť. Študent dokáže porozumieť fenoménu organizačnej kultúry, identifikovať a charakterizovať organizačnú kultúru v organizácii a identifikovať jej vplyv na fungovanie organizácie. Prostredníctvom štúdia relevantných zdrojov, individuálneho vypracovania seminárnej práce, jej prezentácie a riešením prípadových štúdií nadobúda zručnosti, ktoré môže využiť v praxi.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do štúdia organizačných kultúr (definície, relevantné teórie, výskumné metódy). Ideológia a formy organizačnej kultúry. Kultúrne dimenzie. V čom sa organizačné kultúry líšia. Typológia organizačných kultúr. Tvorba, udržiavanie a zmeny organizačnej kultúry. Subkultúry, profesijné kultúry a kontrakultúry. Organizačná socializácia. Kultúrne vodcovstvo. Organizačná kultúra a strategické plánovanie, organizačná kultúra a organizácia.	

Organizačná kultúra a riadenie ľudských zdrojov. Organizačná kultúra a komunikačné modely.						
Odporúčaná literatúra: Šajgalíková, H. – Bajzíkova, L.: Organizácia a kultúra. Bratislava: Ofprint 2013. Trice, H, M. – Beyer, J. M.: The Cultures of Work Organizations, Englewood Cliffs, Prentice Hall 1993. Brown, A.: Organizational Culture, London, Pitman Publishing 1998. Schneider, S. – Barsoux, J. L.: Managing across Cultures, Prentice Hall Europe 1998. Lewis, R.D.: When Cultures Collide. Nicholas Brealey Publishing 2006. Alvesson, M.: Understanding Organisational Culture. Sage Publications Ltd. 2012. Trompenaars, F. – Woolliams, P.: Business Across Cultures. Chichester: Capstone Publishing Ltd. 2006. Trompenaars, F. – Voerman, E.: Servant-Leadership Across Cultures. Oxford: Infinite Ideas Ltd. 2010. Steers, R.M. – Sanches-Runde, C.J. – Nardon, L.: Management Across Cultures: Challenges and Strategies. Cambridge University Press 2011.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický jazyk						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 27						
A	ABS	B	C	D	E	FX
48.15	0.0	7.41	22.22	11.11	3.7	7.41
Vyučujúci: doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/039M/00	Názov predmetu: Organizačné správanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % – vypracovanie riešenia a prezentovanie prípadovej štúdie (váha 0,2), 30 % - písomný test (midterm – váha 0,3), 50 % – ústna skúška (váha 0,5). Celkové hodnotenie sa vyjadrí pomocou algoritmu: Hodnotenie = prípadová štúdia . 0,2 + midterm . 0,3 + ústna skúška. 0,5 Napríklad: prípadová štúdia B, písomný test A, ústna skúška C = 0,2. 90% + 0,3. 100% + 0,5 . 80% = = 18 + 30 + 40 = 88 % = B hodnotenie. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 %, na získanie hodnotenia B najmenej 81 %, na hodnotenie C najmenej 73 %, na hodnotenie D najmenej 66 % a na hodnotenie E najmenej 60 %.	
Výsledky vzdelávania: Predmet poskytuje študentom magisterského štúdia poznatky o prístupoch, konceptoch a praktickom uplatnení výsledkov výskumov v oblasti organizačného správania ako súčasného pohľadu na manažment organizácií. Výsledkom je rozvoj schopností študentov riešiť špecifické problémy organizácií, ktoré sú spojené s manažmentom ľudí.	
Stručná osnova predmetu: - základné atribúty organizácií, vysoko výkonné organizácie (HPO) - jednotlivci v organizácii, zložky pracovnej výkonnosti, pracovná motivácia - skupiny v organizácii - organizačný dizajn, klasické a organické organizačné štruktúry - nový model organizácie - moc a právomoc v práci manažéra - rozvoj komunikačných schopností - manažment zmien, úloha manažéra v procese manažmentu zmien - vedenie ľudí – leadership - manažérske rozhodovanie	
Odporúčaná literatúra: Rudy, J. – Sulíková, R. – Lašáková, A. – Fratričová, J. – Mitková, Ľ.: Manažment a organizačné správanie, MV Wissenschaft, Münster, 2013	

Rudy, J. – Sulíková, R. – Lašáková, A. – Fratričová, J. – Mitková, Ľ.: Organizačné správanie, UK Bratislava, 2013 Robbins S.P, Judge T.A.: Organizational Behavior, 16th Edition, Pearson, Harlow, 2015. Shermerhorn, J. R.- Hunt, J.G., - Osborn, R.N.: Organizational Behavior, John Viley and Sons, N.Y. 2008 Robbins, S. P. –Judge, T.A.: Organizational Behavior, Prentice Hall, New Jersey, 2011 Rudy, J. – Rudyová, J.: Human Resource Management in Japan, VHK Altdorf, 2008 Rudy, J.: Manažment a teória chaosu alebo nový model organizácie, Faber, Bratislava, 1997. Rudy, J.: Organizácia a riadenie japonských priemyselných firiem, Alfa, Bratislava, 1988, 1990. Časopisy: Academy of Management Journal, Management Today, Journal of Systems Management, Moderní řízení.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický jazyk						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 2585						
A	ABS	B	C	D	E	FX
23.79	0.0	24.76	21.39	13.08	13.19	3.79
Vyučujúci: doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD., doc. Mgr. Anna Lašáková, PhD., Mgr. Jana Fratričová, PhD., prof. Ing. Ján Rudy, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/270M/16		Názov predmetu: Organizovanie a fungovanie inštitúcií EÚ				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: PhDr. Gabriela Bérešová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.11.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/041M/00		Názov predmetu: Plánovanie a projektovanie informačných systémov				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: prof. Ing. Dušan Šoltés, CSc.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/047_M/12		Názov predmetu: Podnikové komunikačné systémy				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 146						
A	ABS	B	C	D	E	FX
71.23	0.0	20.55	5.48	0.0	0.0	2.74
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Dr. Natalia Kryvinska, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/103_M/12		Názov predmetu: Poisťovacie systémy z právneho pohľadu				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 67						
A	ABS	B	C	D	E	FX
89.55	0.0	7.46	2.99	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. JUDr. Ján Matlák, CSc., JUDr. Silvia Treľová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/217M/15		Názov predmetu: Poisťovníctvo a zaistovníctvo				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 30						
A	ABS	B	C	D	E	FX
80.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Dávid Molnár						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/049M/00		Názov predmetu: Praktická bezpečnosť počítačových systémov				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 20						
A	ABS	B	C	D	E	FX
85.0	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Ivan Osvald, PhDr. Peter Veselý, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/192AJM/12		Názov predmetu: Praktické finančné trhy /AJ/				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 6						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.						
Stupeň štúdia: I., II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 94						
A	ABS	B	C	D	E	FX
29.79	0.0	32.98	22.34	13.83	0.0	1.06
Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, MBA						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/197AJM/12		Názov predmetu: Praktické finančné trhy /AJ/				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 6						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2., 4.						
Stupeň štúdia: I., II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 33						
A	ABS	B	C	D	E	FX
60.61	0.0	15.15	24.24	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, MBA						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/160M/16		Názov predmetu: Prax				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 6						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 24.08.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/041M/00	Názov predmetu: Priamy marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 70% - aktívna účasť (v prípade neospravedlnenej neúčasti strata 10%) - semestrálny projekt (v rámci 4-členných skupín študentov – 70%) 30% - záverečný písomný test (opravné termíny – ústna skúška) Celkové hodnotenie študentov pozostáva zo súčtu bodov za vypracovaný semestrálny projekt, priebežné hodnotenie a aktívnu účasť a z bodov získaných za záverečný písomný test. Semestrálny projekt je komplexne hodnotený vzhľadom na jeho kvalitu. Jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe získaného celkového počtu bodov, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Pomer priebežného a záverečného hodnotenia je 70 : 30. Semestrálny projekt pozostáva z vypracovania návrhu na realizácie akcie, resp. kampane priameho marketingu. Východiskovú pozíciu tvorí výber firmy, produktu a jeho značky, následne zdôvodnenie využitia priameho marketingu. Projekt má ďalej zahŕňať stanovenie cieľov, definovanie cieľového segmentu trhu, výber nástrojov priameho marketingu a jeho zdôvodnenie, výber médií a ich zdôvodnenie (intermediálny a intramediálny výber), návrh kreatívneho konceptu, časový harmonogram, rozpočet, analýza bodu zlomu, spôsob zaznamenávania spätnej väzby a priebežného monitorovania priebehu akcie/kampane priameho marketingu, návrh zhodnotenia jej priebehu. Rozsah nie je stanovený.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť teoretické vedomosti študentom špecializácie marketing z oblasti priameho marketingu, ako i praktické tipy pre ich úspešné uplatnenie v praxi. Dôraz je kladený na čo najefektívnejšie využitie možností jednotlivých aktivít priameho marketingu v komunikácii s cieľovou skupinou (zákazníkom). Štruktúra predmetu zohľadňuje dôvody nárastu významu uplatňovania priameho marketingu ako špecifického prístupu k trhu a jednotlivým cieľovým segmentom trhu v poslednom desaťročí. Všimá si však aj relatívny význam konkrétnych nástrojov priameho marketingu a problémy pri ich implementácii a hlavne dôležitosť vytvárania a udržiavania databáz a ich využitia ako marketingového nástroja.	
Stručná osnova predmetu: 1. Priamy marketing – úvod do problematiky	

Teoretické vymedzenie priameho marketingu. Vývin priameho marketingu. Klíma pre priamy marketing. Koncepcia priameho marketingu. Vzťah marketing a marketingový mix – priamy marketing. 2. Priamy marketing – súčasť marketingovej komunikácie Priamy marketing ako prvok marketingového komunikačného mixu a jeho úloha v ňom. Ciele priameho marketingu. Výhody a nevýhody priameho marketingu. Integrovaná marketingová komunikácia. 3. 19 pravidiel priameho marketingu 4. Databáza Tvorba a riadenie databáz. Interné a externé zdroje informácií. Informácie o zákazníkoch. Databázový model komunikácie: identifikácia, komunikácia, získanie. 5. Riadenie databáz Strategická úloha databázového marketingu: konkurenčná výhoda, zosilnenie vzťahov so zákazníkmi, vývin nových produktov. Integrovaný databázový marketing. 6. Význam budovania vzťahov so zákazníkmi Tradičný a nový prístup k budovaniu vzťahov a k zvyšovaniu lojality. Limity budovania vzťahov so zákazníkmi. Vzťah profitabilita a spokojnosť zákazníkov. Zákaznícke kluby. Typy zákazníckych klubov. Plánovanie a riadenie zákazníckych klubov. 7. Nástroje priameho marketingu – základná charakteristika Direct mail. Telemarketing – aktívny, pasívny. Faxmailing. Teleshopping. Reklama s priamou odozvou. Katalógový marketing. Zákaznícke kluby. 8. Priamy marketing – strategický a taktický marketingový nástroj. Plánovanie a vývin stratégie priameho marketingu. Ciele. Cieľová skupina. 9. Riadenie kampane priameho marketingu Výber médií. Kreatívne stvárnenie. Spätná väzba. Hodnotenie. 10. Priamy marketing a spoločnosť Ochrana životného prostredia. Ochrana súkromia. Ochrana informácií. Priamy marketing a etické aspekty. Regulácia priameho marketingu. 11. Trh priameho marketingu Direct marketingové agentúry. ADiMA – Asociácia direct marketingu na Slovensku. Slovenské združenie zásielkového obchodu. FEDMA. 12. Nová úroveň priameho marketingu „Permission“ marketing. Nové komunikačné a distribučné médiá v priamom marketingu. Internet, SMSmarketing, m-marketing a interaktívny marketing – vybrané aspekty a možnosti ich uplatnenia.
Odporúčaná literatúra: • Štarchoň, P. – Faltys, J. – Dzugasová, J.: Priamy marketing alebo Priama cesta ako si získať a udržať zákazníka. Bratislava: Direct Marketing Beta, 2004. • McCorkell, G.: Direct and Database Marketing. London: Kogan Page, 1998. • Stone, B.: Successful Direct Marketing Methods. Chicago: NTC Business, 1997. • Váňa, P. a kol.: Direct marketing v teorii a praxi. Praha: Management Press, 1994. • Váňa, P. a kol.: Kedy a jak využiť přímou reklamu. Praha: Management Press, 1994. • Wunderman, L.: Direct Marketing. Praha: Grada 2004. • ProQuest - database • Marketing Inspirations, Trend, Stratégie
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ, AJ
Poznámky:

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 305						
A	ABS	B	C	D	E	FX
48.85	0.0	43.28	4.26	1.97	0.33	1.31
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/194FJM/15		Názov predmetu: Prípadové štúdie z podnikových financií /FJ/				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 10						
A	ABS	B	C	D	E	FX
90.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., Mgr. Anna Jurišová						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/191M/13		Názov predmetu: Projektové financovanie a PPP projekty				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 15						
A	ABS	B	C	D	E	FX
40.0	0.0	26.67	26.67	0.0	0.0	6.67
Vyučujúci: Mgr. Jan Janac, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/115M/16		Názov predmetu: Regionálna a ekonomická politika EÚ				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 6						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. PhDr. René Pawera, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 24.08.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/044M/00	Názov predmetu: Reklama
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 70% - aktívna účasť (v prípade neospravedlnenej neúčasti strata 10%), - semestrálny projekt (projekt reklamnej kampane a kreatívne návrhy) – 40% a 30%, 30% - záverečný písomný test. Celkové hodnotenie študentov pozostáva zo súčtu bodov za vypracovaný semestrálny projekt, aktívnej účasti a z bodov získaných za záverečný písomný test. Semestrálny projekt je komplexne hodnotený vzhľadom na jeho kvalitu. Jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe získaného celkového počtu bodov, ktorý odráža stupeň úspešnosti	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť študentom teoretické vedomosti z oblasti reklamy, ako i praktické tipy pre ich úspešné uplatnenie v praxi. Na základe vedomostí získaných najmä v predmetoch Marketing a Marketing manažment prehliadť poznatky o integrovanej marketingovej komunikácii, rozvinúť schopnosti koordinovať procesy marketingovej komunikácie a využívať reklamu na podporu činnosti ziskových i neziskových organizácií. Nemenej dôležitou súčasťou predmetu je akcent na kreovanie reklamy ako produktu reklamnej agentúry.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do problematiky reklamy. Terminológia a vymedzenie základných pojmov. Vývoj reklamy. 2. Integrovaná marketingová komunikácia. Vymedzenie pojmu integrovaná marketingová komunikácia. Systém a proces marketingovej komunikácie. Model procesu plánovania marketingovej komunikácie. 3. Komunikačný charakter reklamy. Proces komunikácie v reklame. 4. Riadenie reklamnej kampane. Reklamný proces a jeho základné rozhodnutia. Plán reklamy. Cieľ, cieľový segment, rozpočet, správa, médiá. Výber reklamnej agentúry. Vyhodnotenie účinku. 5. Hlavné druhy reklamných prostriedkov. Charakteristické znaky reklamných prostriedkov. Význam kreativity v reklame a možnosti jej využitia. 6. Trh reklamy.	

Zadávateľia reklamy. Reklamné agentúry. Média a ich reprezentanti. Výskumné agentúry. Zákazník z pohľadu reklamy. Výdavky na reklamu. 7. Spoločenské, etické a regulačné aspekty reklamy I. Etická samoregulácia. Etické kódexy. Rada pre reklamu. Arbitrážna komisia RPR. 8. Spoločenské, etické a regulačné aspekty reklamy II. Legislatívny rámec reklamy na Slovensku. Dozorné orgány. 9. Analýza vybraných súčasných reklamných kampaní v SR. 10. Aktuálne problémy reklamy vo svete i na Slovensku.						
Odporúčaná literatúra: • ŠTARCHOŇ, P.: Vademecum reklamy. Vybrané teoretické aspekty. Bratislava: UK 2004. • VYSEKALOVÁ, J. – MIKEŠ, J.: Reklama. Jak dělat reklamu. Praha: Grada Publishing 2007. • HORŇÁK, P.: Reklama. teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingovej komunikácie. Zlín: VeRBuM, 2010. • ARENS, W. – WEIGOLD, M. – ARENS, CH.: Contemporary Advertising, 13e. McGraw-Hill 2010. • BOVEÉ, C. L.: Contemporary Advertising. McGraw-Hill 2006. • TELLIS, G. J.: Reklama a podpora prodeje. Praha: Grada Publishing 2000. • OGILVI, D.: O reklamě. Praha: Management Press 1996. • SCHULTZ, D.: Moderní reklama. Praha: Grada 1995. • ProQuest – database • Marketing Science and Inspirations, Marketing magazine, Stratégie Doplnujúca literatúra: • Zákony a vyhlášky (Zákon o reklame, Obchodný zákonník, Zákon o hospodárskej súťaži, Zákon o ochrane spotrebiteľa, Zákon o štátnom jazyku, Zákon o pozemných komunikáciách, Zákon o vysielaní a retransmisii) • Etické kódexy. • Vzhľadom na nové a dostupné zdroje bude priebežne aktualizovaná.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ, AJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 234						
A	ABS	B	C	D	E	FX
65.38	0.0	29.06	1.71	2.14	0.0	1.71
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/109M/00	Názov predmetu: Riadenie komerčnej banky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežná kontrola štúdiálnych výsledkov/ písomné testy, referát, kontrolné otázky, účasť na prednáške/.	
Výsledky vzdelávania: Študent absolvovaného predmetu získava prehľad o organizácii a celkovom riadení obchodnej banky.	
Stručná osnova predmetu: Stručný syllabus: 1. Organizácia a riadenie- spoločné základy - organizácia, riadenie, strategické plánovanie 2. Formálna a neformálna organizačná štruktúra - formálna a neformálna organizačná štruktúra – depozícia 3. Organizačné úrovne a rozpätie manažmentu - úzke a široké rozpätie manažmentu, faktory 4. Štruktúra a proces organizovania - stanovenie cieľov, taktík plánov, horizontálne a vertikálne vedenie 5. Funkčná organizácia - centralizácia a decentralizácia, delegovanie právomoci 6. Maticová organizačná štruktúra - výhody a nevýhody v KB 7. Strategické plánovania v KB - metodika, strategické ukazovatele 8. Obchodný a finančný plán KB - metodika, ukazovatele 9. Riadenie pobočiek KB - pobočka, expozitúra, obchodné miesto 10. Klientsky servis v KB - metodický postup klientskeho poradcu, etický kódex 11. „CAMELS“ – metóda hodnotenia KB - kapitál, aktíva, manažment, ziskovosť, likvidita a trhové riziko	

12. Manažment rizík KB - bankové riziká, kreditné, likvidity, kapitálové, riadenie aktív a pasív 13. Riadenie mimobilančných rizík - banková záruka						
Odporúčaná literatúra: Literatúra: 1.KLIMIKOVÁ M.: Bankový manažment a marketing, Bratislava, EKONÓM, 2006, ISBN 80-225-2166-3 2.KAŠPAROVSKÁ V.: Řízení obchodných bank. Vybrané kapitoly, Praha, C.H Bank, 2006 ISBN 80-7179-381-7 3.MEJSTŘÍK M. -PEČENÁ M.- TEPLÝ P.: Základní principy bankovníctví, Karolinum, Praha 2008, 1 vyd. ISBN 978-80-246-1500-4						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 116						
A	ABS	B	C	D	E	FX
86.21	0.0	12.07	0.86	0.86	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Viera Sysáková, CSc.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/007_M/15		Názov predmetu: Riešenie Business problémov s Wolfram Mathematica I				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/052M/00	Názov predmetu: Riešenie konfliktov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Individuálna semestrálna práca (30%), tímová prezentácia (40%), aktívna účasť na riešení úloh na seminároch (30%). Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov..	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s problematikou riešenia konfliktov na pracovisku, rôznymi oblasťami ich výskytu, dôvodmi ich vzniku a možnosťami ich riešenia. Prostredníctvom cvičení, prípadových štúdií, diskusií a rolových hier nadobudnú študenti lepšiu zručnosť v identifikácii, analýze a riešení konfliktov a vyjednávaní.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úloha konfliktu na pracovisku. 2. Konflikty a základné prístupy k ich riešeniu. 3. Vývoj konfliktu. 4. Štýly vyjednávania (kompetitívne, kooperatívne, principiálne a virtuálne vyjednávanie) 5. Ľudia v konfliktoch. 6. Motivačné a interaktívne preferencie v prístupe ku konfliktom. 7. Vyjednávanie - techniky, prístupy a výsledky. 8. Záujmy a moc v konfliktoch. 9. Stratégie riešenia konfliktov. 10. Praktické cvičenia hľadania riešenia v konfliktných situáciách. 11. Študentské prezentácie.	
Odporúčaná literatúra: Plamínek, J. Konflikty a vyjednávaní. Praha: Grada, 2009, 2. vyd. ISBN 978-80-247-2944-2 Negotiation. Boston: Harvard Business School Press, 2003. ISBN 978-1-59139-111-1 Journal of HRM. Comenius University in Bratislava, Faculty of Management, Slovakia	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický	

Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 156						
A	ABS	B	C	D	E	FX
81.41	0.0	12.18	2.56	1.92	0.64	1.28
Vyučujúci: Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD., Mgr. Jana Fratričová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/054M/13	Názov predmetu: Rozvoj podnikateľských zručností v interdisciplinárnych tímoch
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Študent odovzdáva výsledky svojej práce v piatich častiach počas semestra - v každej získa max. 20 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Rozvoj podnikateľského potenciálu študentov v interdisciplinárnych tímoch. Rozvoj podnikateľských charakteristík a zručností na základe aplikácie teoretických a praktických poznatkov z podnikania a business administration pri riešení konkrétnych podnikateľských nápadov zmiešaných tímov študentov z rôznych vedných disciplín (odborov).	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. Podnikanie, podnikateľské myslenie a charakteristiky, uplatnenie v rôznych oblastiach a aktivitách. 2. Kreatívne myslenie, techniky generovania nápadov. 3. Definovanie počiatočného praktického podnikateľského nápadu, techniky posudzovania nápadov a ich aplikácia. 4. Definovanie podnikateľského modelu s uplatnením techniky lean canvas. 5. Verifikácia podnikateľského modelu. 6. Strategické zručnosti a poznanie odvetvia podnikania, plánovacie zručnosti. 7. Marketingové zručnosti. 8. Finančné zručnosti. 9. Zručnosti v oblasti riadenia projektov. 10. Mäkké zručnosti. 11. Formalizácia podnikateľského nápadu v podobe podnikateľského plánu. 12. Prezentácia podnikateľského zámeru pred potenciálnymi investormi.	
Odporúčaná literatúra: 1) STOKES,D., WILSON,N. Small Business Management and Entrepreneurship. Cengage Learning EMEA,2010. ISBN 978-1-4080-1799-9. 2) OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y. Business Model Generation. John Wiley & Sons, 2010. ISBN 978-0470-87641-1.	

- 3) PILKOVÁ, A. a kol. Podnikanie na Slovensku: vysoká aktivita, nízke rozvojové aspirácie. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, Fakulta managementu, 2012. ISBN 978-80-223-2823-4.
- 4) ĎURICOVÁ, I. 99 inšpiratívnych podnikateľských nápadov. Inventic, 2012. ISBN 978-80-971172-0-7

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský/anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 61

A	ABS	B	C	D	E	FX
80.33	0.0	9.84	3.28	3.28	1.64	1.64

Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Miloš Mrva, PhD., Mgr. Marian Holienka, PhD., Mgr. Peter Marcin, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/198M/13		Názov predmetu: Seminár k finančnému manažmentu				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 19						
A	ABS	B	C	D	E	FX
73.68	0.0	15.79	0.0	0.0	0.0	10.53
Vyučujúci: PhDr. Daniela Majerčáková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/SMaE/13		Názov predmetu: Service Management and Engineering				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 2						
A	ABS	B	C	D	E	FX
50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Dr. Natalia Kryvinska, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/110M/00	Názov predmetu: Sociálna politika EÚ
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Stručný sylabus: 1. Základy európskej sociálnej politiky; Výklad predpisov sociálnej politiky EÚ, objasnenie legislatívnych kompetencií v sociálnej oblasti, sociálna dimenzia vnútorného trhu. 2. Oblasť sociálno-politických akcií; Politika zamestnanosti, odborné vzdelávanie a ďalšie vzdelávanie, boj proti chudobe a opatrenia v prospech postihnutých, rovnosť postavenia mužov a žien, Európsky sociálny fond. 3. Dohoda o sociálnej politike; Právne a inštitucionálne začlenenie Dohody do systému spoločenstva, Ciele Dohody, Formy jednania podľa Dohody, porovnanie sociálnych predpisov v Zmluve ES a v Sociálnej dohode. 4. Hospodárska a sociálna kohézia; Vysvetlenie a výklad základného vývoja, špecifikácia cieľov, objasnenie použitia nástrojov, predmetov a foriem intervencií EÚ. Manažment hospodárskej a sociálnej kohézie. 5. Úpravy sociálneho zabezpečenia. Koordinácia národných systémov sociálneho poistenia, osobná pôsobnosť (pracovník, podnikateľ, rodinný príslušník a pozostalý, úradník, utečenec a osoba bez štátnej príslušnosti), vecná pôsobnosť. Základné princípy a typy dávok. Problematika rovnakého zaobchádzania s mužmi i ženami v oblasti sociálnej istoty. Stanovenie cieľov v rámci EQUAL. Objasnenie, výklad a analýza príslušných dokumentov, ktoré v základných líniách upravujú sociálnu oblasť. (Smernica 86/378/EHS a smernica 79/7/EHS)	
Odporúčaná literatúra: Literatúra: JAKŠ, J.: Quo vadis Evropská unie ETC Publishing 1998, ISBN 80-860006-57-3 Příručka hospodářského práva EU. ASPI Publishing, s.r.o., Praha 2002, ISBN 80-86395-32-4	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 64						
A	ABS	B	C	D	E	FX
71.88	0.0	17.19	6.25	1.56	3.13	0.0
Vyučujúci: Mgr. Janka Kottulová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMk/048M/00		Názov predmetu: Spoločenský marketing				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: Odovzdanie seminárnej práce na záver semestra						
Výsledky vzdelávania: Študent si rozšíri podstatne svoje vedomosti o znalosti z oblasti spoločenského marketingu alebo sociálneho marketingu, čo je podčasť spoločenského marketingu.						
Stručná osnova predmetu: Definícia spoločenského marketingu – teoretické využitie poznatkov od rôznych autorov. 2. Príklady z podnikateľskej praxe, zdôvodnenie. 3. Ďalšie smerovanie využívania spoločenského marketingu. 4. Sociálne zodpovedné podnikanie – definícia, aplikácia na hospodársku prax. 5. Dôvody spolupráce ziskových a neziskových organizácií						
Odporúčaná literatúra: 1. Bartáková, G. - Cibáková, V. 2007. Základy marketingu. Bratislava: Iura Edition, 2007. 224 s. ISBN 978-80-8078-156-9 2. Kotler, Ph.- Caslione, J.A. 2009. Chaotika. Manažment a marketing firiem v turbulentných 3. časoch. Bratislava: Eastone Group, s.r.o. 2009. 186 s. ISBN 978-80-8109-114-8						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 107						
A	ABS	B	C	D	E	FX
90.65	0.0	4.67	2.8	1.87	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/049M/00	Názov predmetu: Spoločensky zodpovedné podnikanie a manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Seminárna práca v rozsahu 15 strán a prezentovanie práce. 70% spracovanie a prezentácia prípadovej štúdie vybranej firmy 30% aktívna účasť na seminároch	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je reagovať na aktuálne trendy v oblasti manažmentu udržateľného podnikania (corporate sustainability management). Predmet má poskytnúť aktuálny prehľad rôznych iniciatív, programov, vzniknutých partnerstiev vytvorených s cieľom zvyšovať environmentálnu výkonnosť jednotlivých podnikov a vlastností produktov. Predmet je čiastočne zabezpečovaný externými zahraničnými ako aj domácimi prednášajúcimi.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do problematiky. Prehľad obsahu predmetu, hodnotenie, očakávania a literatúra k predmetu. Základné vymedzenie pojmov a koncepcií udržateľného podnikania. Teoretický rámec evolučnej korporácie a jeho praktická aplikovateľnosť v kontexte vybranej firmy. Aplikácia modelu TNS – prípadová štúdia Interface Model. Environmentálne aspekty v riadení dodávateľskej siete. Riadenie smerom k znižovaniu environmentálnych nákladov a rizika. Medzinárodné certifikačné systémy a označovanie. Charakteristika environmentálnych spotrebiteľov – podstata, typológia a ich charakteristika. Integrovaná environmentálna komunikácia a marketing. Smernice reportovania podľa metodiky GRI a ich uplatňovania v podmienkach Slovenska. Spoločensky zodpovedné investovanie a fondy. Prezentácie prípadových štúdií a diskusia.	
Odporúčaná literatúra: NATTRASS, B. – ALTOMARE, M. The Natural Step for Business. Gabriola Island: New Society Publishers. 2001, 222 s. ISBN 0-86571-384-7 THE WORLDWATCH INSTITUTE. State of the World 2008: Innovations for a Sustainable Economy. London: W.W. Norton & Company. 2008, 253 s. ISBN 978-0-393-33031-1 HAWKEN, P. Prírodný kapitalizmus. Praha: Mladá fronta, 2003. ISBN 80-204-1084-3 BRAUNTGART, M. – McDONOUGH, W. Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things. 2002. ISBN-10: 0865475873	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 50						
A	ABS	B	C	D	E	FX
80.0	0.0	12.0	2.0	2.0	4.0	0.0
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/111M/00	Názov predmetu: Spoločná zahraničná politika EÚ
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Stručný syllabus: 1. Rácium; Metodické a motivačné uvedenie do predmetu, výklad rôzneho prístupu a hodnôt zahranično-politickej spolupráce na európskej úrovni, vzťah preferencií Spoločnej zahraničnej politiky a obáv zo straty štátnej suverenity. 2. Legislatíva, princípy a ciele zahraničnej politiky EÚ; Výklad Maastrichtskej, Amsterdamskej a zmluvy z Nice ako legislatívneho základu, II piliera EÚ, ktorý operuje mimo obvyklé pravidlá spoločenstva, vrátane pravidiel pri rozhodovaní (decision-making) a úloh rôznych inštitúcií. Analýza základných cieľov Spoločnej zahraničnej politiky podľa TEU, čl. J 1. – 4. Výklad východiskových princípov Spoločnej zahraničnej politiky EÚ. 3. Kľúčoví aktéri zahraničnej politiky EÚ ; Odlíšenie jednotlivých aktérov a pochopenie ich úlohy vytvára predpoklad pre štúdium európskej integrácie. Analýza úlohy jednotlivých aktérov: Európska rada, Rada ministrov, COOREPER a Politický výbor, Pracovné skupiny, Hlavný sekretariát, Predsedajúca krajina, Trojka, Komisia, Európsky súdny dvor. 4. Nástroje a postupy pri prijímaní rozhodnutí v II. Pilieri EÚ; Základný výklad bude zameraný na systematickú spoluprácu (informácia a spoločný postup v záležitostiach spoločného záujmu, spoločný postup pri reprezentácii navonok, spolupráca v medzinárodných organizáciách, v ktorých nie sú zastúpené všetky členské krajiny, aktivity v Bezpečnostnej rade OSN), na spoločné pozície (TEU čl. J.2.) a na spojené aktivity. 5. Historický vývoj zahraničnej politiky EÚ; Odlíšenie dvoch fáz vytvárania Spoločnej zahraničnej politiky EÚ. Vytvorenie politických a obranných spoločenstiev. Budovanie EPC – pragmatický prístup. Prechod od EPC k Spoločnej zahraničnej politike a jej financovanie v rôznych režimoch. 6. Budúce perspektívy zahraničnej politiky EÚ (EÚ a Spojené štáty americké); Zmeny zlepšenia v mnohých mechanizmoch a nástrojoch zahraničnej politiky, Amsterdamská zmluva, zmluva z Nice, návrh Ústavnej zmluvy. Analýza postojov a vzájomných vzťahov USA	

a EÚ a prekonávanie byrokraticky integrovaného konglomerátu, ktorý má k Únii či k Spojeným štátom európskym ďaleko.						
Odporúčaná literatúra: Literatúra: PAWERA, R.: Manažment európskej bezpečnosti, Eurounion, Bratislava 2004, ISBN 80-88984-71-8. HOLLIS, M – SMITH, S.: Teórie mezinárodných vzťahů. CDK, Praha 2000. LIĐÁK, J.: Medzinárodné vzťahy – medzinárodná politika. SOFA, Bratislava 2000. Panoráma globálneho bezpečnostného prostredia 23005 – 2006. MO SR, IBOŠ, Bratislava 2006. PAWERA, R.: Výučba predmetov Spoločná zahraničná politika EÚ a obranná a bezpečnostná politika EÚ. In.: Európska integrácia v univerzitnom vzdelávaní, Eurounion, Bratislava 2004, ISBN 80-88984-61-0.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 76						
A	ABS	B	C	D	E	FX
69.74	0.0	19.74	6.58	2.63	1.32	0.0
Vyučujúci: doc. PhDr. René Pawera, PhD., doc. PhDr. Marian Šuplata, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/053M/09	Názov predmetu: Spracovanie dát pre manažment a marketing (Data mining I.)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Úvod do hĺbkovej analýzy dát (data mining) – základné pojmy a definície, SEMMA metodológia, úvod do práce v SAS Enterprise Miner, tvorba projektov, resp. procesných diagramov, klasifikácia uzlov (nodes). •Príprava dát pre modelovanie – nahradzovanie chýbajúcich hodnôt (Imputation, Replacement), distribučná analýza premenných, transformácia premenných pre vstup do modelov. •Metódy klasifikácie a segmentácie - zhluková analýza, metóda k-priemerov (k-means clustering), segmentácia zákazníkov. •Analýza nákupného koša – asociačná analýza, sekvenčná analýza, analýza nákupného koša. Úvod do prediktívneho modelovania (priamy data mining) – základné pojmy, druhy prediktívnych modelov. •Prediktívne modelovanie pomocou rozhodovacích stromov – úvod do rozhodovacích stromov, druhy rozhodovacích stromov, tvorba a interpretácia rozhodovacích stromov, porovnávanie a hodnotenie modelov rozhodovacích stromov. •Prediktívne modelovanie pomocou regresných modelov – lineárna a logistická regresia, odhad parametrov regresných modelov a ich interpretácia, metódy výberu premenných do modelu (Forward, Backward, Stepwise). •Výber premenných do prediktívnych modelov – metódy selekcie premenných a Enterprise Miner (Variable Selection Node). •Prediktívne modelovanie pomocou neurónových sietí – úvod do problematiky, základné pojmy, neurón, Multilayer Perceptron, tréning neurónovej siete, vizualizácia modelov. •Hodnotenie a implementácia modelov – metódy porovnávania modelov, lift chart, profit chart, ROC chart, kombinovanie modelov, generovanie a použitie skórovacieho kódu.	
Odporúčaná literatúra: •Berry, M.J.A., Linoff, G.: Data mining Techniques. For Marketing, Sales, and Customer Relationship management. Second Edition. Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, Indiana, 2004 •Parr Rud, O.: Data mining. Computer Press, Praha, 2001. •Materiály SAS: Aplikovaná hĺbková analýza so softvérom SAS Enterprise Miner 5.3	

•Stankovičová I., Vojtková M.: Viacrozmerné štatistické metódy s aplikáciami. IURA EDITION, Bratislava 2007.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 45

A	ABS	B	C	D	E	FX
42.22	0.0	44.44	8.89	2.22	0.0	2.22

Vyučujúci: doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/054M/09		Názov predmetu: Spracovanie dát pre manažment a marketing (Data mining II.)				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: Úvod do tvorby skórovacích modelov - teória: základné pojmy a definície, teória z oblasti modelovacích metód používaných pre tvorbu skórovacích kariet. Praktický príklad v SAS Enterprise Miner, časť Credit Scoring: 1. príprava údajov pre skórovací model (čo je WOE, uzol Interactive Grouping), 2. tvorba skórovacieho modelu (logistická regresia a interpretácia výsledkov), 3. skórovacia karta ako výsledok skóringového procesu modelovania - použitie a interpretácia.						
Odporúčaná literatúra: •Berry, M.J.A., Linoff, G.: Data mining Techniques. For Marketing, Sales, and Customer Relationship management. Second Edition. Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, Indiana, 2004 •Parr Rud, O.: Data mining. Computer Press, Praha, 2001. •Materiály SAS: Prediktívne modelovanie s použitím softvéru Enterprise Miner 5.3 •Stankovičová I., Vojtková M.: Viacrozmerné štatistické metódy s aplikáciami. IURA EDITION, Bratislava 2007.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 25						
A	ABS	B	C	D	E	FX
64.0	0.0	32.0	4.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/103M/13		Názov predmetu: Spracovanie údajov II - VBA				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 8						
A	ABS	B	C	D	E	FX
62.5	0.0	12.5	25.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Miroslav Baláž, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/101M/13		Názov predmetu: Spracovanie údajov I - SQL				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 2						
A	ABS	B	C	D	E	FX
50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
Vyučujúci: Ing. Miroslav Baláž, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMk/050M/00		Názov predmetu: Správanie zákazníkov				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je oboznámiť študentov so správaním zákazníkov v prepojení na ostatné funkcie marketingu, vyzdvihnúť dôležitosť riadenia zákazníckeho správania a poskytnúť reálne aplikácie nadobudnutých teoretických poznatkov.						
Stručná osnova predmetu: Správanie zákazníkov a výskum zákazníckeho správania Marketingové strtgéie pre organizácie orientované na zákazníka Úvod do procesu rozhodovania o nákupe Proces rozhodovania o nákupe Individuálne determinanty správania zákazníkov Vonkajšie vplyvy na správanie zákazníkov Spôsoby riadenia správania zákazníkov Meranie správania zákazníkov – marketingový výskum						
Odporúčaná literatúra: Blackwell, R.D. – Miniard, P.W. – Engel, J.F.: Consumer Behavior. 10.edn. Mason: Thomson Higher Education, 2005 Richterová, K a kol.: Spotrebiteľské správanie, Vydavateľstvo Ekonóm, Bratislava 2007. Kulčáková, M. - Richterová, K.: Spotrebiteľ na trhu, Sprint, Bratislava 1997. Richterová, K.: Štúdie segmentácie trhu. Vydavateľstvo Ekonóm, Bratislava 2002.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ, AJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 115						
A	ABS	B	C	D	E	FX
46.09	0.0	40.0	11.3	1.74	0.87	0.0

Vyučujúci: Mgr. Igor Tóth, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/025M/00	Názov predmetu: Stratégia logistiky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1. Pojem a úlohy logistiky. 2. Logistická stratégia. 3. Manažment dodávateľských reťazcov (Supply chain management). 4. Základné procesy riadenia dodávateľských reťazcov – SCOR model (Supply Chain Operations Reference). 5. Integrácia dodávateľských reťazcov. 6. Stratégie obstarávania, výroby a distribúcie. 7. Štíhla logistika. 8. Agilná logistika. 9. Logistika a životné prostredie. 10. Inovácie a nové technológie v logistike.	
Odporúčaná literatúra: COHEN, S. – ROUSSEL, J. Strategic supply chain management. [online]. New York : McGraw-Hill, 2004. Dostupné v databáze ebrary: < http://site.ebrary.com/lib/uniba/docDetail.action?docID=10152874 >. SIMCHI-LEVI, D. – KAMINSKY, P. – SIMCHI-LEVI, E. Managing the supply chain : the definitive guide for the business professional. [online]. New York : McGraw-Hill, 2004. Dostupné v databáze ebrary: < http://site.ebrary.com/lib/uniba/docDetail.action?docID=10070033 >. LAMBERT, D. M. – STOCK, J. R. – ELLRAM, L. M. Logistika. 2. vyd. Brno : CP Books, 2005. DUPAL, A. – BREZINA, I. Logistika v manažmente podniku. Bratislava : Sprint, 2006. DELFMANN, W. – ALBERS, S. Supply chain management in the global context. [online]. Cologne : Dept. of General Management, Business Planning and Logistics of the University of Cologne, 2000. Dostupné na internete: < http://www.spl.uni-koeln.de/fileadmin/user/dokumente/forschung/arbeitsberichte/arbb-102.pdf >.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 117						
A	ABS	B	C	D	E	FX
78.63	0.0	16.24	4.27	0.85	0.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/026M/00	Názov predmetu: Stratégia neziskových organizácií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie počas semestra 100%.	
Výsledky vzdelávania: Poskytnúť študentom prehľad o strategických možnostiach a prístupoch, ktoré je možné uplatniť vo neziskovom sektore. Účelom je oboznámenie sa so špecifickými typmi strategických prístupov a stratégií, ktoré sa formujú pre potreby neziskových organizácií, a ktoré sa využívajú v ich rámci a poskytujú pre tieto organizácie nové špecifické možnosti a príležitosti. Obsahom predmetu sú aj manažérske prístupy a špecifiká riadenia neziskových organizácií.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu, pojmy, definície, typologizácia 2. Formy a typy mimovládnych organizácií v SR a vo svete 3. Neziskový sektor a súčasná spoločnosť, predpoklady založenia a fungovania mimovládnej organizácie. Zánik MVO 4. Úspešná mimovládna organizácia - strategické možnosti a príležitosti 5. Poslanie MVO organizácie a strategické analýzy pre mimovládne organizácie 6. Konkurenčné výhody a ich tvorba, efektívna MVO 7. Funkčné stratégie v neziskových organizáciách, profesionalizácia MVO 8. Riadenie MVO, stratégia prežitia, expanzná stratégia 9. Procesy a riadenie MVO, transparentná MVO	
Odporúčaná literatúra: DRUCKER, P.,F: Řízení neziskových organizací. Praxe a principy. Praha 1994 DRUCKER, P. F.: Inovace a podnikavost. Praxe a principy. Management Press. Praha 1993 KUVÍKOVÁ, H.: Neziskové organizácie v Európskej únii. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Ekonomická fakulta, 2004, str. 6 - 7. CANGÁR, M. - KRUPA, S. - MATEJ, V.: Mimovládne neziskové organizácie – Riadenie projektov. Bratislava : ŠEVT a.s., 2006, str. 7. MAJDÚCHOVÁ, H. – DLUHÁ, M. – MARČEK, E.: Neziskové organizácie. Bratislava : SPRINT, 2004, str. 46. http://www.1snsc.sk/uvod http://gregi.net/tag/neziskove-organizacie/	

<http://jaspi.justice.gov.sk/>
www.changenet.sk

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 65

A	ABS	B	C	D	E	FX
90.77	0.0	6.15	0.0	1.54	1.54	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KSP/029M/00		Názov predmetu: Strategické plánovanie - metódy a techniky				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do strategického plánovania. 2. Vývoj teórie strategického plánovania. 3. Strategickí plánovači a strategické plánovanie. 4. Techniky analýzy externého prostredia. 5. Technika strategických scenárov. 6. Techniky analýzy interného prostredia. 7. Analyticko-syntetické techniky strategického plánovania. 8. Analýza portfólia aktivít organizácie. 9. Strategické plánovanie v turbulentne sa meniacom prostredí. 10. Strategické plánovanie s využitím Balanced Scorecard (BSC).						
Odporúčaná literatúra: PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. Strategický manažment : Teoretické východiská alebo jadro vedomostí. Bratislava : Kartprint, 2009. PAPULA, J. Vývoj teórie strategického manažmentu pod vplyvom zmien v prostredí. Bratislava : Kartprint, 2005. PAPULA, J. Strategické plánovanie : texty prednášok. Bratislava : FM UK, 2010. MINTZBERG, H. The Rise and Fall of Strategic Planning. Toronto : The Free Press, Maxwell Macmilan, 1994.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 231						
A	ABS	B	C	D	E	FX
25.11	0.0	31.6	18.18	10.39	13.42	1.3
Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/114M/09	Názov predmetu: Strategické výzvy európskej integrácie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Blok I: Európa ako globálny ekonomický líder 1. Európa ako líder v boji proti globálnemu otepľovaniu: budovanie nízkouhlíkovej ekonomiky. 2. Európska reakcia na hospodársku krízu – nástroje a prístupy európskej únie k riešeniu súčasnej hospodárskej situácii a hodnotenie ich účinnosti. 3. Energetická sebestačnosť Európy. Hľadanie nových energetických zdrojov, energetická bezpečnosť, súvislosti medzi energetikou a životným prostredím. 4. Prezentácie k prvému bloku tém a diskusia. Blok II: Sociálna Európa 5. Európsky sociálny model? Základné sociálne modely v krajinách EU, Koncept ESM a jeho charakteristiky, flexicurita ako kľúčový nástroj pre rozvoj ESM. 6. Podpora rovnosti príležitostí alebo narúšanie „prirodzenej“ štruktúry spoločnosti? Iniciatívy EU na podporu rovnosti príležitostí, ich význam a efekty. 7. Imigrácia ako riešenie demografického problému Európy alebo príčina sociálnych problémov? Azylová a prisťahovalecká politika EU, „pevnosť Európa“, „modré“ karty, multikulturalita, sociálne dôsledky imigrácie. 8. Prezentácie k druhému bloku tém a diskusia. Blok III: Aká budúcnosť pre Európu? 9. Demokratický deficit rozhodovania?: Inštitucionálna reforma EÚ, postavenie EP v rozhodovacích mechanizmoch EU, postavenie malých krajín vo formovaní EÚ. 10. Európska únia ako globálny aktér: potrebuje EÚ spoločnú bezpečnostnú a obrannú politiku? Vzťah EU – USA, EU – NATO, EU – Východná Európa. 11. Aká budúcnosť pre EÚ? Európsky národ alebo Európa národov? Ekonomická a politická integrácia. 12. Prezentácie k tretiemu bloku tém a diskusia. 13. Aktuálne témy v Európskej únii. Záverečné zhodnotenie seminára a záverečná diskusia.	
Odporúčaná literatúra: • www.euractiv.sk	

- www.euractiv.com
- www.euobserver.com
- časopis Zahraničná politika (vydáva SFPA)
- denná tlač

Materiály analytických inštitútov, zameraných na procesy európskej integrácie:

- BRUEGEL, Brussels European and Global Economic Laboratory www.breugel.org
- Centre for European Reform <http://www.cer.org.uk/>
- European Centre for International Political Economy, <http://www.ecipe.org/>
- European Institute at the London School of Economics, <http://www.lse.ac.uk/collections/europeanInstitute/>
- Centre for European Policy Studies, <http://www.ceps.be/>
- Stiftung Wissenschaft und Politik <http://www.swp-berlin.org/>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 83

A	ABS	B	C	D	E	FX
69.88	0.0	22.89	4.82	1.2	0.0	1.2

Vyučujúci: doc. PhDr. Marian Šuplata, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/031M/00	Názov predmetu: Strategický controlling
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania: Predmet rozvíja znalosti controllingu v širšom kontexte strategického manažmentu organizácie, poukazuje na vzťahy a možnosti aplikácie výstavby systémov ukazovateľov a hodnotenia výkonnosti organizácie. Predmet je nastavený na základe vlastného výskumu v oblasti strategických systémov manažmentu výkonnosti podniku a manažmentu intelektuálneho kapitálu, ako i na základe smerovania vedeckého výskumu v tejto oblasti.	
Stručná osnova predmetu: 1. Podstata koncepcie controllingu ako účinného nástoja manažmentu Moderná koncepcia controllingu. Jeho zameranie a funkcia. Základné metódy a techniky operatívneho controllingu. 2. Strategický controlling Stratégia a strategický manažment. Špecifiká kontroly v rámci strategického manažmentu. Strategický controlling ako nástroj strategického manažmentu. 3. Základné atribúty strategického controllingu. Preventívnosť ako princíp uplatňovaný v systémoch včasného varovania. Kauzalita, ako princíp na ktorom je budovaný systém Balanced Scorecard Tvorivosť, ako súčasť strategického myslenia 4. Strategické riadenie výkonnosti Modely riadenia výkonnosti Strategické aspekty riadenia výkonnosti 5. Hodnotová orientácia strategického controllingu Shareholder Value, Stakeholder Value 6. Metódy a techniky strategického controllingu Hodnotové analýzy, Strategické analýzy a analyticko-syntetické techniky, Balanced Scorecard 7. Prístupy k trvaloudržateľnej tvorbe konkurenčných výhod Core competence, prístupy k manažmentu intelektuálneho kapitálu, tvorba system ukazovateľov a hodnotenie organizácie z pohľadu konceptu manažmentu intelektuálneho kapitálu.	
Odporúčaná literatúra:	

Konkurenčné stratégie, Tradičné techniky vs. nové pohľady a prístupy. Jozef Papula, Zuzana Papulová, Ján Papula • Vydavateľstvo: Wolters Kluwer, 2014
 E-learning: spracovaný elektronický kurz obsahuje študijné materiály (prezentácie, elektronické texty, doplnkové materiály) vytvorené na základe vlastného výskumu ako aj kontaktu s predstaviteľmi podnikateľskej a manažérskej praxe.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
 slovensky

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 41

A	ABS	B	C	D	E	FX
92.68	0.0	4.88	0.0	0.0	0.0	2.44

Vyučujúci: doc. Ing. Ján Papula, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/032M/00	Názov predmetu: Strategický manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu stupňami A – FX je v súlade s pravidlami stanovenými študijným poriadkom na FM UK, platným pre akademický rok 2013-2014. Zo 100% bodov, je možné 40% získať počas semestra. 60% bodov na skúške v skúšobnom období. 40% bodov počas semestra je možné získať: - 20% vypracovanie práce na zadanú tému - 10% prezentácia vypracovanej práce - 10% kontrolný test v polovici semestra	
Výsledky vzdelávania: - Pochopenie podstaty stratégie a jej dôležitosti ako kritického faktora úspešnosti podniku. - Vnímanie dôležitosti uplatňovania strategického myslenia v manažmente a poznatky o možnostiach jeho zdokonaľovania, z pohľadu rôznych vedných disciplín (lekárske vedy, psychológia, filozofia). - Poznatky o súvislostiach vzniku a smeroch rozvoja teórie strategického manažmentu. Súčasné trendy v strategickom manažmente. - Rozlišovanie základných fáz procesu strategického manažmentu, ich zamerania, dôležitosti a vzájomnej previazanosti a podmienenosti. - Poznatky o analytických a analyticko-syntetických metódach a technikách strategického manažmentu a zručnosti získané s ich aplikáciou. - Dôležitosť a význam implementácie a kontroly v strategickom manažmente. Súčasné trendy, metódy a postupy, ktoré podporujú účinnosť strategického manažmentu v súčasnom neustále sa meniacom a ťažko predvídateľnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu Cieľ, obsah, literatúra a kritéria hodnotenie predmetu. 2. Stratégia ako kritický faktor úspešnosti organizácií Podstata stratégie. Stratégia a taktika. Aktuálnosť stratégie v súčasnom prostredí. 3. Podpora a rozvíjanie strategického myslenia manažérov Podstata a špecifiká strategického myslenia. Stratégovia minulosti. Strategické myslenie v manažmente. Možnosti zdokonaľovania strategického myslenia.	

4. Vývoj teórie stratégie, základné prístupy a smery rozvoja teórie Vznik a vývoj teórie strategického manažmentu. Súčasné trendy v strategickom manažmente. Preskripčný a emergentný prístup v strategickom manažmente. 5. Strategický manažment ako proces. Základné fázy procesu strategického manažmentu, ich dôležitosť a vzájomná previazanosť. Funkcia vizie a poslania pri tvorbe stratégie. 6. Skúmanie faktorov z makroprostredia ako východisko pre tvorbu stratégie. Skúmanie prostredia ako súčasť strategického manažmentu. Štruktúra prostredia. Analýza makroprostredia. Stanovenie priorít faktorov. Strategické scenáre. 7. Skúmanie subjektov mikroprostredia a ich pôsobenia Analýza interakčného prostredia. Metódy analýzy prostredia odvetvia. Porterov model piatich síl. Strategické skupiny v odvetví. 8. Skúmanie interného prostredia a našej pozície v externom prostredí Finančno-ekonomické analýzy. Analýza strategického profilu organizácie. Hodnotový reťazec. Core competence. Benchmarking. 9. Analyticko-syntetické techniky a tvorba konkurenčnej stratégie SBU SWOT analýza. SPACE technika. Klasické a nové prístupy k tvorbe konkurenčných stratégií. Generické stratégie M. Portera. 10. Generálna stratégia firmy a portfóliové analýzy Hierarchia stratégií firmy. Generálna stratégia a portfólio aktivít firmy. Hodnotenie priamych a synergických efektov pri formovaní portfólia aktivít. 11. Implementácia stratégie Prístupy k implementácii stratégií. Strategické plánovanie ako súčasť implementácie. Balanced Scorecard a jeho prínos k implementácii stratégie. 12. Strategická kontrola Strategické kontrolné systémy. Strategický controlling ako nová koncepcia kontroly. 13. Zhrnutie a záver predmetu Zhrnutie a záverečné hodnotenie
--

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

PAPULA, J., PAPULOVÁ, Z.: Stratégia a strategický manažment ako nástroje, ktoré umožňujú súperenie i spolužitie Dávida s Goliášom. Bratislava: Iura Edition 2013 (druhé upravené vydanie), 2012 (prvé vydanie), 275 s.

PAPULOVÁ, Z.: Strategické analýzy s podporou strategického myslenia. Aktuálny trend v strategickom manažmente. Bratislava : Kartprint 2012, 230 s.

Podporná literatúra:

PAPULA, J., PAPULOVÁ, Z.: Strategické myslenie manažérov. Za tajomstvami strategického myslenia. Bratislava : Kartprint 2010.

HITT, M.A., IRELAND, R.D., HOSKISSON, R.E.: Strategic Management. Competitiveness and Globalization. Thompson, South-Western, 2005

THOMSON, J.L.: Strategic Management. Thompson. Fourth edition, London 2001

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, alternatívne anglický jazyk, pre štúdium podpornej literatúry

Poznámky:

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 2229						
A	ABS	B	C	D	E	FX
23.24	0.0	26.33	19.38	15.39	14.98	0.67
Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMn/151M/11		Názov predmetu: Strategický manažment ľudských zdrojov				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 26						
A	ABS	B	C	D	E	FX
23.08	0.0	50.0	26.92	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Jana Fratričová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/195FJM/12		Názov predmetu: Stratégie finančných investícií v eurozóne /FJ/				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 9						
A	ABS	B	C	D	E	FX
22.22	0.0	55.56	22.22	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, MBA						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMn/099M/12		Názov predmetu: Súčasné trendy v praxi manažmentu				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 369						
A	ABS	B	C	D	E	FX
91.6	0.0	3.52	1.08	1.08	1.08	1.63
Vyučujúci: prof. Ing. Ján Rudy, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/058M/00		Názov predmetu: Systémová analýza				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3						
A	ABS	B	C	D	E	FX
33.33	0.0	33.33	33.33	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Peter Balco, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/059M/00		Názov predmetu: Systémy na podporu rozhodovania a expertné systémy v manažmente				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 2						
A	ABS	B	C	D	E	FX
50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., PhDr. Peter Veselý, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/118M/10	Názov predmetu: Trh nehnuteľností a developerský proces
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: • Charakteristické znaky trhu nehnuteľností, segmentácia trhu nehnuteľností, model DiPasquala-Newtona • Zrelosť trhu a jeho cyklický vývoj • Urbanizačné megatrendy a trvalo udržateľný rozvoj• • Developerský proces a jeho etapy, partneri developerského procesu, riziko • Stanovenie využitia územia (podmienky z hľadiska územného plánu, ceny, vlastníckych vzťahov a pod.)• • Financovanie výstavby a obnovy nehnuteľností • Hypotekárny trh • Facility manažment • Strategické riadenie nehnuteľností. Význam lokalizácie • Hodnotenie efektívnosti súkromných a verejných developerských projektov • Neziskový bytový sektor	
Odporúčaná literatúra: Špírková, D., Ivanička, K., Finka, M.: Bývanie a bytová politika – Vývoj, determinanty rozvoja bývania a nové prístupy v nájomnej bytovej politike na Slovensku. Vyd. STU Bratislava 2009, ISBN 978-80-227-3173-7 Ivanička, K. a kol.: Trh nehnuteľností a developerský process. Vyd. STU, Bratislava 2008 Ivanička, K., Špírková, D., Zajacová, J., Púchovský, B.: Aplikácia princípov fungovania neziskových bytových organizácií vo verejnej správe a školstve, Vyd. JUH, Bratislava 2007, ISBN 978-80-85661-08-8	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 74						
A	ABS	B	C	D	E	FX
94.59	0.0	5.41	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Daniela Špírková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/003_M/15		Názov predmetu: Tvorba online projektov I				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 13						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/004_M/15		Názov predmetu: Tvorba online projektov II				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 16						
A	ABS	B	C	D	E	FX
93.75	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.25
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/011M/00	Názov predmetu: Vedenie ľudí
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 100 % priebežné hodnotenie. 12 % – aktívna účasť na hodinách. 88 % – plnenie úloh na hodinách a domáce úlohy. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študenti pochopia význam manažérskej funkcie vedenia ľudí a vybudujú si kompetentnosti, ktoré sa spájajú s efektívnym vedením podriadených. Osvoja si praktické návody, ako efektívne viesť podriadených. Prostredníctvom riešenia prípadových štúdií a aktívneho seba-poznania a sebahodnotenia zvnútornia nové poznatky.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do štúdia. 2. Nasledovníci lídra. Ako sa stať efektívnym členom pracovnej skupiny. 3. Osobnostné črty efektívnych lídrov. 4. Charizmatické (hodnotovo orientované) a transformačné vedenie ľudí. . 5. Participatívny a direktívny štýl vedenia ľudí. Na ľudí a na úlohy orientovaný líder. 6. Situačné prístupy k vedeniu ľudí. Líder a vedenie ľudí v čase krízy. 7. Etický líder. 8. Taktiky politikárčenia pri vedení ľudí. 9. Proces ovplyvňovania podriadených. 10. Tímový líder. 11. Kreatívny a inovatívny štýl vedenia ľudí. 12. Prezentácia úloh. Zhrnutie.	
Odporúčaná literatúra: DuBrin, Andrew (2013). Principles of Leadership. 7th ed. Mason, South-Western Cengage Learning. Yukl, Gary (2013). Leadership in Organizations. 8th ed. Essex, Pearson Education Limited.	

Remišová, A., Lašáková, A., Rudy, J., Sulíková, R., Kirchmayer, Z., Fratričová, J. (2016). Ethical Leadership in Slovak Business Environment. Bratislava: Wolters Kluwer. Lašáková, A., Remišová, A. (2015). Unethical Leadership: Current Theoretical Trends and Conceptualization. In Procedia Economics and Finance, vol. 34, Elsevier, s. 319 - 328. Dostupné na: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115016366						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský a anglický jazyk						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 274						
A	ABS	B	C	D	E	FX
63.14	0.0	23.72	9.85	1.82	1.09	0.36
Vyučujúci: doc. Mgr. Anna Lašáková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/072M/00		Názov predmetu: Viacrozmerné metódy v manažmente (SAS)				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: 1.DATA krok v systéme SAS - vytváranie SAS-dátových súborov importom a v programovom režime, modifikácia SAS-dátového súboru, spájanie a delenie SAS-dátových súborov, formáty premenných v SAS-dátových súboroch a transformácie premenných. 2.Logistická regresia. 4.Metódy viacrozmerného porovnávania – metóda poradí, metóda bodovacia, metóda vzdialenosti od fiktívneho objektu 5.Analýza hlavných komponentov (PCA). 6.Zhluková analýza – hierarchické metódy. 7.Zhluková analýza – nehierarchické metódy. 8.Faktorová analýza.						
Odporúčaná literatúra: I. Stankovičová - M. Vojtková: Viacrozmerné štatistické metódy s aplikáciami. IURA EDITION. Bratislava 2007. Subhash Sharma: Applied Multivariate Techniques. John Wiley & Sons, Inc. 1996.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 83						
A	ABS	B	C	D	E	FX
44.58	0.0	33.73	19.28	1.2	0.0	1.2
Vyučujúci: doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/178M/11	Názov predmetu: Vnútorný trh a hospodárska politika EÚ
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Absolvovanie predmetu je podmienené úspešným absolvovaním ústnej skúšky, pričom študenti musia spĺňať požiadavky upravené v Študijnom poriadku Fakulty managementu UK v Bratislave. Počas semestra sú študenti priebežne skúšaní formou písomných testov a vyžaduje sa aktívna účasť na seminároch.	
Výsledky vzdelávania: Zavedenie predmetu sa hodnotí ako nevyhnutná spoločenská potreba zohľadňujúca samotné členstvo SR v EÚ a z neho vyplývajúce dôsledky. Cieľom predmetu je oboznámiť študentov s fungovaním ekonomických slobôd, t. j. voľný pohyb tovaru, osôb, služieb a kapitálu, ako aj s inými vnútornými politikami EÚ. Prostredníctvom predmetu si študenti osvojujú základné poznatky potrebné na vykonávanie hospodárskej činnosti v členských štátoch EÚ.	
Stručná osnova predmetu: Voľný pohyb tovaru 2. Voľný pohyb osôb 3. Sociálne zabezpečenie 4. Ochrana základných práv podľa Charty základných práv EÚ 5. Vzájomné uznávanie dokladov o vzdelaní 6. Voľný pohyb služieb 7. Voľný pohyb kapitálu 8. Ochrana spotrebiteľa 9. Rozpočtová politika 10. Hospodárska, sociálna a územná súdržnosť 11. Spoločná obchodná politika	
Odporúčaná literatúra: 1. Nováčková, D. a Kovalančíková, V.: Podnikanie v európskom hospodárskom priestore, 184 s. Palatia Nyomda & Kiadó, Bt. Győr, 2013, ISBN 978-963-7692-41-3 2. Nováčková, D. Zemanovičová, D.: Vnútorné politiky a činnosti EÚ, A. Čeněk, Plzeň 2014, ISBN 978-800-7380-498-5 3. Zmluva o fungovaní Európskej únie, Ú. v. EÚ C 83 z 30.3.2010	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: nemecky, anglicky						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 150						
A	ABS	B	C	D	E	FX
42.67	0.0	22.67	22.0	7.33	3.33	2.0
Vyučujúci: prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/331M/16		Názov predmetu: Výskumné metódy v IT				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Natalia Kryvinska, PhD., Mgr. Martina Halás Vančová, MSc.						
Dátum poslednej zmeny: 08.11.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/079M/00		Názov predmetu: Web server a jeho manažment				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 401						
A	ABS	B	C	D	E	FX
98.75	0.0	1.0	0.25	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Vincent Karovič, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/188M/13		Názov predmetu: Základy projektového financovania				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 22						
A	ABS	B	C	D	E	FX
27.27	0.0	27.27	36.36	9.09	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Jan Janac, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/104_M/12		Názov predmetu: Zákoník práce - prípadové štúdie				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 125						
A	ABS	B	C	D	E	FX
91.2	0.0	6.4	1.6	0.0	0.8	0.0
Vyučujúci: doc. JUDr. Ján Matlák, CSc., JUDr. Silvia Treľová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.07.2016						
Schválil:						