

Informačné listy predmetov

OBSAH

1. 011ME/10	Bankovníctvo.....	2
2. 001ME/00	Bankový marketing.....	4
3. 068_ME/14	Budovanie a riadenie značky.....	7
4. 142ME/16	Diplomový projekt.....	10
5. 140ME/16	Diplomový seminár I.....	12
6. 140ME/18	Diplomový seminár I.....	13
7. 141ME/16	Diplomový seminár II.....	14
8. 096ME/17	E-biznis a e-marketing.....	16
9. 258ME/16	Finančné účtovníctvo.....	18
10. 255ME/16	Finančný manažment.....	20
11. 056ME/14	Intelektuálny kapitál a inovácie v dynamickom podnikaní.....	22
12. 259ME/16	Investičné analýzy.....	24
13. 007ME/11	Komunikácia s verejnosťou - PR.....	26
14. 030ME/10	MIS - špeciálne témy.....	28
15. 312ME/18	Manažment bezpečnosti.....	30
16. 033ME/17	Manažment informačných systémov.....	31
17. 060ME/10	Manažment portfólia a kolektívne investovanie.....	33
18. 039ME/17	Manažment projektov.....	35
19. S07ME/18	Manažment, teórie, metódy, aplikácie (štátnicový predmet).....	36
20. 009ME/17	Manažérske rozhodovanie.....	37
21. 257ME/16	Manažérske účtovníctvo.....	39
22. 017ME/17	Marketing manažment.....	41
23. 025ME/00	Marketing vzťahov so zákazníkmi.....	42
24. 029ME/17	Marketingový výskum.....	44
25. 023ME/17	Medzinárodný manažment ľudských zdrojov.....	46
26. 031ME/17	Medzinárodný marketing.....	48
27. 256ME/16	Modelovanie ekonomických procesov.....	51
28. O6ME/18	Obhajoba diplomovej práce (štátnicový predmet).....	53
29. 037ME/00	Organizačné kultúry - teória.....	54
30. 040ME/17	Organizačné správanie.....	56
31. 045ME/17	Podnikateľska etika.....	58
32. 160ME/16	Prax.....	60
33. 041ME/00	Priamy marketing.....	61
34. 023ME/18	Procesný manažment.....	63
35. 044ME/00	Reklama.....	65
36. 052ME/00	Riešenie konfliktov.....	67
37. 027ME/17	Strategické myslenie a stratégia.....	69
38. 032ME/17	Strategický manažment.....	70
39. 316ME/18	Stratégia organizácie v IKT.....	71
40. 099ME/12	Súčasný trendy v praxi manažmentu.....	72
41. 011ME/10	Vedenie ľudí.....	74

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/011ME/10	Názov predmetu: Bankovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Peniaze a bankovníctvo	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežná kontrola štúdiijných výsledkov /písomné testy, referát, kontrolné otázky, účasť na prednáškach/ Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
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, dvojstupňový 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. Ríteilové bankovníctvo
- klienti banky, produkty, služby, distribúcia
- 13. Elektronické bankovníctvo
- druhy produktov, balíky produktov, výhody
- 14. Firemná klientela
- segmentácia, inštitucionálna klientela

Odporúčaná literatúra:

Literatúra:

1. Bajzíkova 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:

slovak

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 162

A	ABS	B	C	D	E	FX
71,6	0,0	17,9	5,56	0,0	0,62	4,32

Vyučujúci: doc. Ing. Viera Sysáková, CSc., Mgr. Martin Vozár, PhD., Mgr. Lucia Paškrťová, PhD., prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc.

Dátum poslednej zmeny: 23.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/001ME/00	Názov predmetu: Bankový marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
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 – prísľubu 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. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
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:

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: SJ; AJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 508						
A	ABS	B	C	D	E	FX
34,06	0,0	42,91	16,34	5,31	0,98	0,39
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/068_ME/14	Názov predmetu: Budovanie a riadenie značky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 12 Za obdobie štúdia: 168 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Marketing	
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 budovanie 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: Stručná osnova predmetu:	

1. Značka Čo je značka, genéza vzniku značiek, súčasný význam značky v podniku. Vytvorenie značky. Budovanie značky. Kedy budovať značku a kedy nie. Akú značku budovať.
2. Podnik a značka. Význam značky pre firmu. Budovanie značky a riadenie značky. Pozicionovanie značky. Brand lojality.
3. Značka v teórii a praxi manažmentu. Definície a pojmy. Typológia značiek. Rôzne prístupy k budovaniu značky. Podmienky pre vybudovanie a fungovanie značky.
4. Hodnoty značky. Značka a jej hodnota. Značka ako hodnota a morálny záväzok.
5. Vytvorenie značky – výhody a nevýhody. Nadobudnutie značky – výhody a nevýhody. Franchising, licencia, akvizícia, vstup do siete.
6. Pôsobenie značky. Lokálne – národné – kontinentálne – globálne značky. Proces tvorby globálnej značky. Úspešná a neúspešná značka.
7. Monolitická stratégia – jedna značka pre všetky produkty. Korporátka značka. Výhody a nevýhody. Synergia medzi produktami.
8. Stratégia “umbrella brand” – veľa značiek v portfóliu. Výhody a nevýhody. Synergické efekty medzi značkami a možnosti ich využitia. Kanibalizácia značiek.
9. Privátne značky – značky predajcov. Dôvody vzniku. Výhody a nevýhody. Typy privátnych značiek.
10. Osobnosť a imidž značky. Budovanie osobnostných charakteristík značky a imidžu značky – zmena osobnostných charakteristík, rebranding a zmeny pozicionovania značky.
11. Ochrana značky. Formy a typy ochrany, národná a medzinárodná ochranná známka. Čo je možné a potrebné chrániť. Cena ochrany.
12. Hodnota značky – brand equity. Pojem brand equity, zložky brand equity. Značka ako najhodnotnejšie nehmotné aktívum firmy. Značka ako investícia. Rast hodnoty značky a hodnoty firmy.
13. Najhodnotnejšie a najstabilnejšie 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 d.: 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: 131						
A	ABS	B	C	D	E	FX
64,12	0,0	16,79	9,16	3,05	0,0	6,87
Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.						
Dátum poslednej zmeny: 09.03.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMk/142ME/16		Názov predmetu: Diplomový projekt				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár / samostatná práca Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 12 / 12 Za obdobie štúdia: 168 / 168 Metóda štúdia: kombinovaná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 6.						
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
0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Ing. Ján Papula, PhD., doc. Ing. Milan Fekete, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD., PhDr. Marian Holienka, PhD., Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., Mgr. Lucia Kohnová, PhD., Mgr. Peter Marcin, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD., Mgr. Martina Drahošová, PhD., prof. Ing. Ľubica Bajzíková, PhD., PhDr. Lukáš Copuš, PhD., Mgr. Jana Fratričová, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD., doc. Mgr. Emília Charfaoui, CSc., Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD., doc. Mgr. Anna Lašáková, PhD., Mgr. Michaela Poláková, PhD., prof. PhDr. Anna Remišová, CSc., prof. Ing. Ján Rudy, PhD., doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD., doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD., doc. Ing. Daniela Špírková, PhD., doc. Mgr. Emil Wojčák, PhD., doc. Ing. Daniela Zemanovičová, CSc., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Ing. Viera Ölvecká, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD., doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., Ing. Miloslav Chalupka, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc., Mgr. Janka Kottulová, PhD., PhDr. Daniela Majerčáková, PhD., MBA, Mgr. Petra Milošovičová, PhD., Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., Mgr. Lucia Paškrťová, PhD., doc. RNDr. Darina Saxunová, PhD., Mgr. Ján Smoleň, PhD., doc. PhDr. Paulína Stachová, PhD., doc. Ing. Zuzana Stoličná, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., Mgr. Martin Vozár, PhD., Mgr. Rita Szalai, PhD.						

Dátum poslednej zmeny:
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMk/140ME/16		Názov predmetu: Diplomový seminár I				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár / samostatná práca Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 12 / 12 Za obdobie štúdia: 168 / 168 Metóda štúdia: kombinovaná						
Počet kreditov: 1						
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: 306						
A	ABS	B	C	D	E	FX
14,05	0,0	26,8	29,41	10,46	3,27	16,01
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMk/140ME/18		Názov predmetu: Diplomový seminár I				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár / samostatná práca Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 12 / 12 Za obdobie štúdia: 168 / 168 Metóda štúdia: kombinovaná						
Počet kreditov: 1						
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: 2						
A	ABS	B	C	D	E	FX
50,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD., Mgr. Rita Szalai, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMk/141ME/16		Názov predmetu: Diplomový seminár II				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár / samostatná práca Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 12 / 12 Za obdobie štúdia: 168 / 168 Metóda štúdia: kombinovaná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.						
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: 124						
A	ABS	B	C	D	E	FX
44,35	0,0	14,52	7,26	2,42	3,23	28,23
Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., Mgr. Jana Fratričová, PhD., Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD., prof. PhDr. Anna Remišová, CSc., prof. Ing. Ján Rudy, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD., doc. Mgr. Anna Lašáková, PhD., Mgr. Michaela Poláková, PhD., doc. Mgr. Emil Wojčák, PhD., doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD., doc. Ing. Daniela Zemanovičová, CSc., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Ing. Ján Papula, PhD., doc. Ing. Milan Fekete, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD., PhDr. Marian Holienka, PhD., Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., Mgr. Lucia Kohnová, PhD., Mgr. Peter Marcin, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD., Mgr. Peter Mrázik, PhD., PhDr. Lukáš Copuš, PhD., doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD., Mgr. Július Selecký, PhD., Mgr. Martin Vozár, PhD., doc. RNDr. Darina Saxunová, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., Ing. Viera Ölvecká, PhD., Mgr. Lucia Paškrtová, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD., doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniiová, PhD., Mgr. František Olšavský, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc., Mgr. Samuel Smolka, PhD., doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, PhD., Mgr. Eleonóra Beňová, PhD., Mgr. Janka Kottulová, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., Ing. Miloslav Chalupka, PhD., JUDr. Silvia Treľová, PhD., doc. JUDr.						

Ján Matlák, CSc., doc. PhDr. Paulína Stachová, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD.
Dátum poslednej zmeny:
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/096ME/17	Názov predmetu: E-biznis a e-marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24t Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Povinná účasť na seminároch a vypracovanie a prezentovanie záverečného projektu.	
Výsledky vzdelávania: Študent nadobudne základné vedomosti z oblasti podnikania na internete tak, aby bol schopný identifikovať podnikateľské príležitosti, vypracovať prieskum trhu, konkurencie a potenciálnych zákazníkov, následne vypracovať biznis plán ako aj zvoliť tie najvhodnejšie nástroje pre realizáciu podnikania. Absolvent predmetu je schopný vytvoriť si vlastný eshop ako ho aj úspešne sponzorovať. Mnohí absolventi tohto predmetu úspešne podnikajú v online prostredí, čo svedčí aj o kvalite tohto predmetu.	
Stručná osnova predmetu: Definícia e-podnikania a pojmy Technologický prierez internetom Oblasti e-podnikania a stratégie Prieskum e-trhu a hľadanie cieľovej skupiny Tvorba web stránok a e-shopu Digital marketing SEO Social media a virálny marketing Analytické nástroje Usability testing Princípy úspešného e-biznisu Etika a legislatíva	
Odporúčaná literatúra: KALAKOTA, A: E-business 2.0: Roadmap for Success KAUSHIK, A: Webová analytika 2.0: kompletní průvodce analýzami návštěvnosti HORŇÁKOVÁ, M. Copywriting HESKOVÁ, M. - ŠTARCHOŇ, P. Marketingová komunikace a moderní trendy v marketingu SCOTT, D M. The new rules of marketing & PR JANOUC V.: 333 tipu a triku pro Internetový marketing	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 134						
A	ABS	B	C	D	E	FX
41,04	0,0	33,58	17,91	3,73	2,99	0,75
Vyučujúci: Mgr. Andrea Studeničová, prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 15.11.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/258ME/16	Názov predmetu: Finančné účtovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Účtovníctvo I.-II.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: skúška Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 45%/55%	
Výsledky vzdelávania: Zvýšiť chápanie finančného vykazovania korporácii s dôrazom na témy vybrané v predmete, správne rozumieť informácie z finančných výkazov a poznámok k výkazom Tento predmet zamýšľa poskytnúť študentom dostatočné koncepčné pochopenie všeobecne platných účtovných princípov (GAAP) aby študent mohol lepšie pochopiť vplyv GAAPu na vykázanú informáciu v účt. výkazoch, a stať sa dobre informovaným účastníkom procesu a používal informáciu na pomoc pri ocenení majetku alebo analýzy pre veriteľov.	
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	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 316						
A	ABS	B	C	D	E	FX
2,53	0,0	8,23	11,08	24,05	31,65	22,47
Vyučujúci: doc. RNDr. Darina Saxunová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.03.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/255ME/16	Názov predmetu: Finančný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60%	
Výsledky vzdelávania: Predmet prehľbuje znalosti zo základov finančného manažmentu. Kladie dôraz na úlohu finančného manažéra pri rozhodovaní o tvorbe optimálnej kapitálovej štruktúry podniku, na výnosovosť a rizikovosť v kapitálovom rozpočtovaní, na vybrané problémy riadenia a kontroly jednotlivých zložiek obežného majetku. Zaoberá sa tiež problematikou finančných investícií a teóriou tvorby portfólia cenných papierov, finančnými derivátmi a ich využívaním vo finančnom manažmente podniku. Vysvetľuje vybrané problémy medzinárodného finančného manažmentu.	
Stručná osnova predmetu: Stručný syllabus: 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: 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: slovenský																				
Poznámky:																				
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 319 <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>31,97</td><td>0,0</td><td>27,9</td><td>23,2</td><td>5,96</td><td>3,76</td><td>7,21</td></tr> </table>							A	ABS	B	C	D	E	FX	31,97	0,0	27,9	23,2	5,96	3,76	7,21
A	ABS	B	C	D	E	FX														
31,97	0,0	27,9	23,2	5,96	3,76	7,21														
Vyučujúci: prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., Mgr. Martin Vozár, PhD.																				
Dátum poslednej zmeny: 12.03.2018																				
Schválil:																				

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/056ME/14	Názov predmetu: Intelektuálny kapitál a inovácie v dynamickom podnikaní
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie pozostáva z dvoch častí: (1) aktivita na seminároch 15%, (2) analýza vybraného príkladu inovácie 35%, (2) písomný test 50%. Celkové hodnotenie sa riadi platným hodnotiacim systémom FM UK: A = 91-100%; B = 81-90%; C = 73-80%; D = 66-72%; E = 65-60%; F = 0-59% bodov.	
Výsledky vzdelávania: Predmet sprostredkúva poznatky o manažmente znalostí a inovácií v podnikoch. Zaoberá sa otázkou, ako premeniť znalosti na inovácie a tie potom presadiť na trhu. Efektívny manažment inovácií pritom predstavuje jeden z dôležitých predpokladov úspešného rastu firiem. Študenti získajú poznatky o systematickom využívaní znalostí a účinnej tvorbe a komercializácii inovácií. Po absolvovaní predmetu sú schopní aplikovať získané poznatky pri riešení reálnych situácií v podnikovej praxi.	
Stručná osnova predmetu: 1. Dynamické podnikanie 2. Znalostný manažment 3. Druhy a význam inovácií 4. Strategický manažment inovácií 5. Stratégia otvorených inovácií 6. Organizácia a metódy inovácií 7. Prezentácie vybraných príkladov inovácií	
Odporúčaná literatúra: [1] Prezentácie k prednáškam a materiály rozdané/zaslané počas semestra. [2] TIDD, J., OBESSANT, J., PAVITT, K. Řízení inovací: zavádění technologických tržních a organizačních změn. Brno: Computer Press, 2007. [3] BOROVSÝ, J., GÁL, P. Inovácie a transfer technológií. Bratislava: Eurounion, 2005. [4] ADAMS, M., OLEKSÁK, M. Intangible Capital: Putting Knowledge to Work in the 21st-Century Organization. Praeger: Santa Barbara, 2010. [5] BUREŠ, V. Znalostní management a proces jeho zavádění. Grada: Praha, 2007. [6] OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y. Tvorba business modelů. Bizbooks: Brno, 2012.	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 31						
A	ABS	B	C	D	E	FX
83,87	0,0	6,45	0,0	0,0	0,0	9,68
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 16.02.2016						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/259ME/16	Názov predmetu: Investičné analýzy
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 50 %, 50%	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je prehĺbenie znalostí študentov o problematike a rizikách finančných trhov a o niektorých produktoch, s ktorými sa na týchto trhoch obchoduje; ďalej osvojenie si základných metód a techník investovania do cenných papierov.	
Stručná osnova predmetu: Medzinárodný finančný manažment: parita kúpnej sily, parita nekrytej úrokovej miery, termínová parita, parita krytej úrokovej miery, výnos investície v zahraničí, efekt globálnej diverzifikácie, príklady globálnych investičných stratégií, korelácie finančných trhov Akvizície a fúzie: niektoré dôvody fúzií a akvizícií, taktika a obrana pri fúziách a akvizíciách, formy kombinácií podnikov, štruktúra ponuky na prevzatie, úlohy investičných bánk pri fúziách a akvizíciách Finančné riziká: typy finančných rizík, hodnota v riziku (VaR), meranie úrokových rizík pomocou VaR, mapovanie úrokových pozícií, VaR a diverzifikačné efekty, VaR investičných portfólií, vplyv projektov na VaR, peňažný tok v riziku (CaR) Finančné deriváty a zaistovanie rizík: základné typy finančných derivátov, štandardizácia finančných derivátov, long- a short-pozícia, oceňovanie termínových kontraktov, zaistovanie otvorených pozícií, rizikové faktory, príklady zložitejších hedgingových techník, parita opcií, replikácie opčných pozícií, metódy oceňovania opcií, bezriziková arbitráž, dynamický delta-hedging, citlivostné veličiny, úrokový a menový swap Durácia a imunizácia: výnosové krivky a úrokové štruktúry, Macaulayova durácia, efekt súčasnej hodnoty a reinvestičný efekt pri investovaní do dlhopisov, modifikovaná durácia, efektívna durácia a key-rate durácia, imunizácia otvorených dlhopisových pozícií	
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. Z.S.Blaħa, I.Jindřichovská: „Opce, swaps, futures – deriváty finančního trhu“, 2. vydanie, Management Press, Praha 1997, ISBN: 80-85943-29-8 4. Prednáška „Investičné analýzy“ Odporúčaná: Brealey, R. A., Myers, S. C.: Principles of Corporate Finance, 7th Edition, McGraw Hill, 2003						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 148						
A	ABS	B	C	D	E	FX
85,81	0,0	5,41	7,43	0,0	0,0	1,35
Vyučujúci: prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., PhDr. Daniela Majerčáková, PhD., MBA, Mgr. Martina Jurčíková Romanová, Mgr. Martin Vozár, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 09.03.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/007ME/11	Názov predmetu: Komunikácia s verejnosťou - PR
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
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, S.: Nejúčinnější propagace. Public relations. Praha: Grada Publishing, 1994. NĚMEC, P.: Public relations. Praxe komunikace s veřejností. Praha: Management Press, 1996. LESLY, P.: Public relations. Praha: Victoria publishing, 1995. KOTLER, P.: Marketing Management. Analýza, plánování, využití, kontrola. Praha: Grada Publishing, 1998. POSPÍŠIL P.: Efektivní Public Relations a média relations. Praha: Computer Press, 2002.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	

SJ AJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 158						
A	ABS	B	C	D	E	FX
42,41	0,0	24,68	17,09	4,43	1,9	9,49
Vyučujúci: doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/030ME/10	Názov predmetu: MIS - špeciálne témy
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Manažment informačných systémov	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečná práca, prezentácia riešenia Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 20/80	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu získa pohľad na využitie informačných technológií tak, aby to bolo efektívne pre podnik a manažment, a to riešenia zahrňujú vybrané moderné technológie, napr. industry 4.0 a podobne.	
Stručná osnova predmetu: Informačný systém a manažment Informačné riadenie a konkurenčná výhoda Budovanie informačného systému – zaradenie projektu IS do rozvojového plánu - zaistenie podpory pre projekt, formulácia rozsahu projektu Riadenie projektu tvorby IS - modely životného cyklu IS - riadenie kvality informačného systému eGovernment Industry 4.0 Smart Cities Cloud riešenie Dátové sklady a business intelligence ako nástroj manažéra Expertné systémy a umelá inteligencia	
Odporúčaná literatúra: Strnád, O.: Bezpečnosť a manažment informačných systémov. STU, Bratislava, 2009 •Bruckner, T., Voříšek, J., Buchalceová, 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: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 85						
A	ABS	B	C	D	E	FX
83,53	0,0	8,24	2,35	3,53	1,18	1,18
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 08.03.2019						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/312ME/18		Názov predmetu: Manažment bezpečnosti				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná						
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: PhDr. Peter Veselý, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/033ME/17	Názov predmetu: Manažment informačných systémov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Databázy	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Semestrálny projekt, záverečná skúška Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 20/80	
Výsledky vzdelávania: Absolvent získa vedomosti o riadení informácií v podniku, efektívnom budovaní, využívaní a obnovovaní informačných systémov pre podnik. Naučí sa správne hľadať požiadavky pre informačný systém a získa prehľad o možnostiach využitia moderných informačných technológií pre podnik a jeho riadenie.	
Stručná osnova predmetu: 1 Manažment informačných systémov, informačné a komunikačné technológie 2 Teória systémov 3 Informačné potreby výrobného podniku, podsystémy 3 Životný cyklus vývoja (informačného) systému 4 V súčasnosti využívané prístupy k riadeniu IT projektu 5 Moderné informačné technológie a ich možnosti pre využitie v riadení podniku eBusiness, mobilné technológie, ... 6 Cloud computing, Big Data, Smart Cities, Internet of Things 7 Databázy 8 eGovernment Prednáška 8 Servisne orientovaná architektúra Prednáška 9 Informačné systémy pre podporu rozhodovania, Business Intelligence Prednáška 10 Expertné systémy, umelá inteligencia, genetické algoritmy & neurónové siete Prednáška 11 Podnikové informačné systémy Prednáška 12 Bezpečnosť & etické výzvy	
Odporúčaná literatúra: James A. O'Brien, Northern Arizona University, George M. Marakas, University of Kansas: Management Information Systems, 10/e, ISBN: 0073376817, Copyright year: 2011,	

http://highered.mcgraw-hill.com/sites/0073376817/information_center_view0/
 Ken Laudon, Jane Laudon: Management Information Systems, 12th Edition, ISBN-10: 0-13-214285-6, ISBN-13: 978-0-13-214285-4, Published by Prentice Hall, © 2012, Pub. Date: Jan 4, 2011,
[http://www.pearsonhighered.com/laudon/Kathy Schwalbe](http://www.pearsonhighered.com/laudon/Kathy_Schwalbe): Řízení projektů v IT, Computer Press, Brno 2007, ISBN 978-80-251-1526-8
 Ivan Vrana, Karel Richta, Zásady a postupy zavádění podnikových informačních systémů, Grada Publishing, Praha 2004, ISBN: 80-247-1103-6
 Vojtěch Merunka, Jiří Polák, Antonín Carda, Umění systémového návrhu, Grada Publishing, Praha 2002, ISBN: 80-247-0424-2
 Alena Buchalcegová, Metodiky vývoje a údržby informačních systémů, Grada Publishing, Praha 2004, ISBN: 80-247-1075-7
 Václav Řepa, Podnikové procesy, Procesní řízení a modelování, 2., aktualizované a rozšířené vydání, Grada Publishing, Praha 2007, ISBN 978-80-247-2252-8
 Josef Basl, Roman Blažíček, Podnikové informační systémy, Podnik v informační společnosti, 2., výrazně přepracované a rozšířené vydání, Grada Publishing, Praha 2007, ISBN 978-80-247-2279-5
 Petr Doucek, Řízení projektů informačních systémů, druhé vydání, Professional Publishing, Praha 2006, ISBN 80-86946-17-7
 RUSSEV, S. 2012. Manažment informatizácie sociálno-ekonomických systémov. Brati-slava: KARTPRINT. 2012. ISBN 978-80-89553-05-1.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 231

A	ABS	B	C	D	E	FX
35,5	0,0	11,26	6,06	2,16	44,59	0,43

Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Ing. Miloslav Chalupka, PhD., doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 27.03.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/060ME/10	Názov predmetu: Manažment portfólia a kolektívne investovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Bankovníctvo, Finančné trhy a inštitúcie	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Študenti riešia rôzne problémy ako súčasť tímu. Výsledok tímovej práce je prezentované a diskutované. Okrem toho vytvárajú a spravujú svoje vlastné portfóliá. Minimálny požiadavkou je získať 55 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Absolventi tohto predmetu získajú vedomosti o kolektívnom investovaní a portfóliu Riadenie. Zoznámia sa aj s mechanizmami niektorých typov fondov. Tieto znalosti je možné využiť na rôznych pozíciách v inštitúciách pre správu aktív.	
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: Chovancová, B., Žofčák, S.: Kolektívne investovanie, IURA Publishing, Bratislava 2012 ÁRENDÁŠ, Peter - CHOVANCOVÁ, Božena - GVOZDJÁK, Vladimír - HUDCOVSKÝ, Jaroslav - DOROCÁKOVÁ, Michaela - SLOBODNÍK, Patrik. Dôchodkové fondy vo svete a na Slovensku. Bratislava : Wolters Kluwer, 2017. 212 s. ISBN 978-80-8168-663-4. Siegel, J.: Investice do akcií, Běh na dlouhou trať, Grada 2011, Graham, B.: Intelligentní investor, Grada. Praha 2007 Strana: 2 Smernice EÚ z oblasti kolektívneho investovania.	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovneksý						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 124						
A	ABS	B	C	D	E	FX
36,29	0,0	20,97	17,74	11,29	11,29	2,42
Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc.						
Dátum poslednej zmeny: 13.03.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/039ME/17			Názov predmetu: Manažment projektov			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná						
Počet kreditov: 6						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.						
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: 136						
A	ABS	B	C	D	E	FX
38,24	0,0	19,12	23,53	16,18	2,21	0,74
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., PhDr. Peter Veselý, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU ŠTÁTNEJ SKÚŠKY

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM/S07ME/18	Názov predmetu: Manažment, teórie, metódy, aplikácie
Počet kreditov: 1	
Stupeň štúdia: II.	
Obsahová náplň štátnicového predmetu:	
Dátum poslednej zmeny:	
Schválil:	

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/009ME/17	Názov predmetu: Manažérske rozhodovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2., 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Ukončené bakalárske štúdium.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 1. Vypracovanie seminárnej práce na zadanú tému 40% bodov 2. Skúška počas skúšobného obdobia 60% bodov	
Výsledky vzdelávania: Oboznámiť so základmi teórie manažérskeho rozhodovania, jeho metodologickým aparátom, základnými metódami a vývojovými tendenciami. Zámerom je súčasne rozvíjať schopnosti včasného, tvorivého a účinného riešenia problémov s využitím poznatkov teórie manažérskeho rozhodovania. Predmet sa venuje získavaniu poznatkov a skúseností s aplikáciou základných metodických postupov, voľbe vhodných a účinných postupov pri riešení manažérskych problémov a postupom ich uplatňovania s využitím manažérskeho myslenia.	
Stručná osnova predmetu: 1. Rozhodovanie ako súčasť ľudského myslenia a špecifiká manažérskeho rozhodovania Podstata rozhodovania. Rozhodovanie pod vplyvom zmien v prostredí. Rozhodovanie ako súčasť ľudského myslenia. Vzťah myslenia a konania. Manažérske rozhodovanie ako proces. Základné fázy procesu manažérskeho rozhodovania. 2. Racionálne prístupy v manažérskom rozhodovaní Metódy a prístupy k rozhodovaniu za podmienok istoty, neistoty a rizika. Sekvencia rozhodnutí a rozhodovacie stromy. 3. Psychologické aspekty manažérskeho rozhodovania Prístupy k rozhodovaniu. Heuristiky ukotvenia, dostupnosti a reprezentatívnosti. Prospektová teória. Neracionálne typy volieb. Limity ľudskej mysle. 4. Metódy skupinového rozhodovania Podstata a význam skupinového rozhodovania. Základné princípy skupinového rozhodovania. Charakteristika základných metód a techník a možnosti ich využitia. brainstorming, delfská metóda, metóda súhlasných kariet, metóda párového výberu, metóda váženého súčtu poradí.	
Odporúčaná literatúra: PAPULA, J., PAPULOVÁ, Z.: Manažérske rozhodovanie. 1. vyd. Bratislava : Kartprint, 2016	

PAPULA, Jozef – PAPULOVÁ, Zuzana. Manažérske rozhodovanie : prístupy a postupy. 1. vyd. Bratislava : Kartprint, 2014.
PAPULA, Jozef – GÁL, Peter – PAPULOVÁ, Zuzana – MRVA, Miloš. Manažérske rozhodovanie : texty k e-learningu. 1. vyd. Bratislava : Kartprint, 2007.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk.

Poznámky:

Predmet sa poskytuje len v letnom semestri.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 208

A	ABS	B	C	D	E	FX
14,9	0,0	13,46	19,71	16,83	21,15	13,94

Vyučujúci: Mgr. Peter Gál, PhD., prof. Ing. Jozef Papula, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/257ME/16	Názov predmetu: Manažérske účtovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s / 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Nákladové účtovníctvo	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Projekt - kalkulácie - 40% Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60%	
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:	

Text/Required materials: 1) Tumpach: Manažérske a nákladové účtovníctvo, 2008 2) Bohuslav Kral: Manažérske účtovníctvo 3) prof. Milan Kupkovič: Kalkulácie 4) Olga Poništiaková: Náklady a kalkulácie, 2010 Pomocná literatúra: Colin Drury: Management Accounting for Business 5th edition Jerry J. Weygandt, Paul D. Kimmel, Donald E. Kieso- Financial and Managerial Accounting, WileyPLUS, 2nd, Edition, 2015						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 220						
A	ABS	B	C	D	E	FX
7,27	0,0	16,36	20,45	24,09	16,82	15,0
Vyučujúci: doc. RNDr. Darina Saxunová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.03.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMk/017ME/17		Názov predmetu: Marketing manažment				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná						
Počet kreditov: 6						
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: 317						
A	ABS	B	C	D	E	FX
6,62	0,0	14,51	23,66	18,61	22,4	14,2
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/025ME/00	Názov predmetu: Marketing vzťahov so zákazníkmi
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Marketing, Marketing manažment	
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. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
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:

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:

Slovenský jazyk

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 720

A	ABS	B	C	D	E	FX
49,17	0,0	34,44	8,19	2,5	2,36	3,33

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

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/029ME/17	Názov predmetu: Marketingový výskum
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Marketing manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % výskumný projekt. Hodnotenie bude založené na posúdení úrovne a kvality výskumného projektu. 60 % záverečný test. Záverečný test bude kombináciou otvorených a uzatvorených otázok z prednášok a seminárov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu budú študenti schopní analyzovať a interpretovať dáta, ktoré sa používajú v marketingovej praxi. Získajú schopnosti a zručnosti potrebné na prácu v riadiacich pozíciách pomocou informácií v kontexte marketingového manažmentu. Študenti budú zvládať riešenie zložitých problémov súvisiacich s výskumom a budú schopní analyzovať trh a zákazníkov.	
Stručná osnova predmetu: Úloha výskumu v oblasti marketingu – trendy, definícia, rozsah. Výberové zisťovanie – výhody, nevýhody využitia vzorky vo výskume, proces a metódy výberu vzorky, výpočet veľkosti vzorky. Základné výskumné metódy – pozorovanie, dopytovanie, experiment, primárny a sekundárny výskum. Kvalitatívny vs kvantitatívny výskum. Rozdiely, oblasti využitia, spôsoby vyhodnocovania. Spracovanie dát – deskriptívna analýza, jednorozmerná analýza a viacrozmerná analýza, statické a dynamické analýzy. Testovanie hypotéz – stanovenie hypotézy, hladina významnosti, typy testov a výber vhodnej metódy. Aplikácia výskumu v oblasti marketingu – zhluková analýza na identifikáciu trhových segmentov, conjoint analýza na výskum produktu, multidimenzionálne škálovanie na určenie trhovej pozície. Internet a výskum – AB testovanie, výskum nákupného správania, meranie efektívnosti emarketingu. Data Mining – prediktívne analýzy, analýza nákupného koša.	

Odporúčaná literatúra:

- [1] BRADLEY, N., 2013. Marketing Research tools and Techniques. Oxford: Oxford University Press, 2013. 359 p. ISBN 978-0-19-965509-0.
- [2] CHURCHILL, A. G. – IACOBUCCI, D., 2005. Marketing Research. Methodological Foundations. Mason: Thomson/South-Western, 2005. 403 p. ISBN 0-324-22509-1.
- [3] KUMAR, V., 2015. Marketing research. A global Outlook. New Dehli: Sage Publications, 2015. 412 p. ISBN 978-93-515-0248-7.
- [4] Richterová, K. a kol.: Marketingový výskum. Bratislava: Ekonóm 2007. 376 s. ISBN 80-225-2064-0.
- [5] časopis Marketing Science and Inspirations.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 178

A	ABS	B	C	D	E	FX
19,66	0,0	21,35	11,8	17,98	11,8	17,42

Vyučujúci: Mgr. František Olšavský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 08.03.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/023ME/17	Názov predmetu: Medzinárodný manažment ľudských zdrojov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 24 / 24 Za obdobie štúdia: 336 / 336 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: Seminárna práca (50%) Záverečné hodnotenie: Písomná skúška (50%) Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s problematikou manažmentu ľudských zdrojov v nadnárodných organizáciách, ktoré pôsobia v medzinárodnom prostredí s dôrazom na pochopenie rozdielov v zamestnaneckých vzťahoch v jednotlivých krajinách.	
Stručná osnova predmetu: Medzinárodný manažment ľudských zdrojov – úvod do kurzu 2. Úvod do európskeho MLZ. 3. Funkcie medzinárodného MLZ (nábor, výber, vzdelávanie, rozvoj a kariéra, motivácia a odmeňovanie medzinárodného pracovníka). 4. Priemyselné vzťahy v Európe. 5. Participácia zamestnancov a zamestnanecké rady. Formy flexibilnej organizácie práce. 6. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Veľkej Británii. 7. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Nemecku. 8. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Francúzsku. 9. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Taliansku. 10. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Strednej Európe (Česká Republika, Slovensko, Slovinsko, Maďarsko, Poľsko) a ich porovnanie. 11. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Ázii (Južná Kórea, Japonsko, Čína, Singapur) a ich porovnanie. 12. Prezentácie študentov.	
Odporúčaná literatúra: Bajžíková, Ľ. - Búciová, Z. 2012. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov. UK. Scholz Ch. – Böhm, H.: Human Resource Management in Europe (Comparative analysis and contextual understanding). Routledge. 2008. Hollinshead, G. – Leat, M.: Human Resource	

Management (an international and comparative perspective on the employment relationship). Pitman Publishing. 1994. Kirkbride, P.S.: Human Resource Management in Europe (perspectives for the 1990's). Routledge. 1994. Sparrow, P. – Hiltrop, J.M. European Human Resource Management in Transition. Prentice Hall. 1994. Journal of HRM, Bratislava, Faculty of Management, Slovakia 2008-2018.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 127						
A	ABS	B	C	D	E	FX
20,47	0,0	16,54	22,83	16,54	19,69	3,94
Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajzíkova, PhD., Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.02.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/031ME/17	Názov predmetu: Medzinárodný marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % priebežné hodnotenie (aktívna účasť na výučbe (v prípade neospravedlnenej neúčasti strata 10%, priebežné hodnotenie (písomný test – 0%, možná strata 10%, riešenie prípadových štúdií a vypracovanie semestrálnej práce, resp. projektu na vopred zvolenú a schválenú tému – aplikácia získaných teoretických znalostí na vybranú organizáciu – 40%) 60 % záverečné hodnotenie (skúška – písomný test (opravné termíny – ústna skúška). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Úlohou prednášok a seminárov v rámci predmetu Medzinárodný marketing 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, základné paradigmy a rozhodnutia v medzinárodnom marketingu. Medzinárodný marketing ako podnikateľská filozofia. Medzinárodný marketing a systém medzinárodného obchodu. Koncepcia medzinárodného marketingu. 2. Medzinárodné prostredie. Význam medzinárodného prostredia. Svetový obchod. Porovnanie domáceho a zahraničného trhu. Politické a právne prostredie. Ekonomické prostredie. Medzinárodné kultúrne a spoločenské prostredie. 3. Medzinárodné trhy a medzinárodný marketingový výskum. Medzinárodný marketingový výskum a výber trhov. Riadenie medzinárodného marketingového výskumu. Sekundárne informácie – ich zdroje. Primárne dáta. 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. Etnomarketing. 6. Medzinárodný marketingový mix. Úvod do medzinárodného marketingového mixu. Produkt. Cena. Distribúcia. Marketingová komunikácia. 7. Produkt. Tvorba produktovej stratégie v prostrední medzinárodných trhov. Životný cyklus produktov. Vývoj nových produktov. Problém adaptácie a štandardizácie. Imidž krajiny pôvodu produktu/značky. 8. Značka. Značka a budovanie značky v medzinárodnom kontexte. Typológia značiek. Riadenie portfólia značiek v prostredí medzinárodných trhov. Značkové „pirátstvo“. 9. Distribúcia. Vstup na zahraničné trhy a medzinárodná distribúcia. Vnútorne distribučné kanály. Doprava a medzinárodná logistika. Paralelný import. 10. Cena. Vplyv vybraných faktorov na cenu. Cenové stratégie. Cenová eskalácia. Medzinárodný platobný systém. Incoterms. 11. Marketingová komunikácia. Prvky marketingového komunikačného mixu. Význam prostredia. Problém adaptácie a štandardizácie. Plánovanie marketingovej komunikácie v medzinárodnom kontexte. Komunikačné bariéry. 12. Implementácia marketingových stratégií. Vybrané aspekty medzinárodného marketingu. Implementácia marketingových stratégií na medzinárodných trhoch. Procesy globalizácie. Vplyv európskeho priestoru na marketing. Korupcia. Medzinárodná špionáž. Falzifikáty.
Odporúčaná literatúra: [1] ŠTARCHOŇ, P. Medzinárodný marketing. Vybrané časti. Pracovný materiál. [2] CZINKOTA, M. R. – RONKAINEN, I. A. – ZVOBGO, G. 2011. International Marketing. Hampshire: South-Western Cengage Learning, 2011. 592 p. ISBN 9781408009239 [3] CATEORA, P. R. – GRAHAM, J. L. 2007. International Marketing. McGraw-Hill: Irwin Professional, 2007. 702 p. ISBN 978-0071105941 [4] USUNIER, J. C. – LEE, J. A. 2005. Marketing Across Cultures. Harlow: Pearson Education Limited, 2005. 573 p. ISBN 9780273685296 [5] HOLLESEN, S. 2007. Global Marketing: A Decision-Orientated Approach. Harlow: Financial Times Press, 2007. 714 p. ISBN 9780273706786 [6] MACHKOVÁ, H. 2015. Mezinárodní marketing. (Strategické trendy a příklady z praxe – 4. vydání). Praha: Grada Publishing, 2015. 200 p. ISBN 978-80-247-5366-9 [7] SVĚTLÍK, J. 2003. Marketing pro evropský trh. Praha: Grada Publishing, 2003. 272 p. ISBN 8024704226 [8] Trend, Journal of International Marketing, Marketing Science and Inspirations. Vzhľadom na nové a dostupné zdroje bude odporúčaná literatúra priebežne aktualizovaná.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
Poznámky:

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 136						
A	ABS	B	C	D	E	FX
11,03	0,0	23,53	25,74	20,59	16,18	2,94
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 12.11.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/256ME/16	Názov predmetu: Modelovanie ekonomických procesov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Štatistika, Štatistické metódy z bakalárskeho stupňa štúdia, alebo ich ekvivalent, prípadne predmet Manažérska štatistika.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Samostatné vypracovanie zadání (spracovanie reálnych dát) pomocou softvéru IBM SPSS alebo MS EXCEL (max. 100 bodov). Zadania budú pozostávať z riešenia praktických problémov manažérskej praxe pre časové údaje. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 90/10	
Výsledky vzdelávania: Študent získa základné znalosti z modelovania ekonomických procesov. Predmet umožňuje študentovi pochopiť podstatu modelovania ekonomických dejov pomocou analýzy časových radov. Súčasťou výučby je popis a základné využitie zodpovedajúcich softvérových produktov (IBM SPSS alebo MS Excel) na praktické analýzy reálnych dátových súborov	
Stručná osnova predmetu: Úvod do modelovania časových radov. Pojem časový rad, jeho elementárne charakteristiky. Prehľad prístupov k modelovaniu časových radov. Biely šum. Dekompozícia časových radov, analýza trendu regresnou metódou, globálny prístup. Voľba vhodného modelu. Adaptívny prístup k modelovaniu časových radov. Jednoduché exponenciálne vyrovňovanie. Sezónna zložka v časovom rade. Voľba vhodného modelu. Model náhodnej prechádzky. ARIMA modely: Autokorelačné vlastnosti časových radov. ARIMA modely: Určenie typu modelu, analýza chýb modelu. ARIMA modely: Výber vhodného modelu pre daný časový rad.	
Odporúčaná literatúra: T.H.Wonnacot, R.J. Wonnacot: Statistika pro obchod a hospodářství. VP M. Bohdalová, M. Greguš: Stochastické analýzy finančných trhov, Bratislava, UK, 2012 T. Cipra: Finanční ekonometrie. Praha, EKOPRESS, 2008 D. N. Gujarati, D. C. Porter: Basic Econometrics. McGraw-Hill International Edition, 2009 Hindls, R., Hronová, S., Seger, J: Statistika pro ekonomy. Professional Publishing, 2002 Ruey S. Tsay: Analysis of Financial Time Series. John Wiley, 2010 Interaktívna učebnica (česká): http://badame.vse.cz/iastat/	

Interaktívna učebnica (anglická): <http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html>
 Trial verzia programu IBM SPSS: <https://www.ibm.com/analytics/data-science/predictive-analytics/spss-trials>
 tutorialy k SPSS:
 • <http://www.spsstools.net/spss.htm>
 • ftp://public.dhe.ibm.com/software/analytics/spss/documentation/statistics/20.0/en/client/Manuals/IBM_SPSS_Statistics_Brief_Guide.pdf
 • <http://www.calstatela.edu/its/training/spss.php>
 • <http://www.stattutorials.com/>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 187

A	ABS	B	C	D	E	FX
32,62	0,0	12,3	19,25	21,39	9,63	4,81

Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., doc. RNDr. Ján Pekár, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 22.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU ŠTÁTNEJ SKÚŠKY

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM/O6ME/18	Názov predmetu: Obhajoba diplomovej práce
Počet kreditov: 4	
Stupeň štúdia: II.	
Obsahová náplň štátnicového predmetu:	
Dátum poslednej zmeny:	
Schválil:	

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/037ME/00	Názov predmetu: Organizačné kultúry - teória
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
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. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 45/55	
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 organizačná kultúra, 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: ajgalíková, H. – Bajžíková, Ľ.: 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 jazyk						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 190						
A	ABS	B	C	D	E	FX
58,95	0,0	26,84	6,84	2,63	1,05	3,68
Vyučujúci: doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD., prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/040ME/17	Názov predmetu: Organizačné správanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
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 %. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
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 Wiley 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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 321

A	ABS	B	C	D	E	FX
2,8	0,0	5,61	15,26	19,63	42,68	14,02

Vyučujúci: doc. Mgr. Anna Lašáková, PhD., prof. Ing. Ján Rudy, PhD., doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 28.11.2017

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/045ME/17	Názov predmetu: Podnikateľska etika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s / 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 50 % priebežné hodnotenie a 50 % hodnotenie v skúšobnom období. V skúšobnom období tvorí 50 % hodnotenia písomná skúška. Priebežné hodnotenie tvorí vypracovanie úloh a prípadových štúdií. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 bodov, na získanie hodnotenia B minimálne 81 bodov, na hodnotenie C minimálne 73 bodov, na hodnotenie D minimálne 66 bodov a na hodnotenie E minimálne 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Poslucháči sa oboznámia s podnikateľskou etikou ako akademickou disciplínou. Osvoja si teóriu podnikateľskej etiky a naučia sa ju aplikovať pomocou prípadových štúdií a riešenia eticko-ekonomických dilem. Zároveň získajú zručnosti a osvoja si techniky ako úspešne implementovať podnikateľskú etiku do praxe.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do štúdia. Literatúra. Podmienky k získaniu hodnotenia. 2. Etika a morálka. Čo je etika a čo je morálka. Aký je rozdiel medzi právom a morálkou. Prečo je dôležité poznať rozličné etické teórie. 3. Podnikateľská etika. Vznik, podstata, predmet podnikateľskej etiky. Zisk verzus etika. Rôzne úrovne prieniku etiky a ekonomiky. 4. Spoločenská zodpovednosť podnikov. Vysvetlenie hlavných pojmov: SZP/CSR a teória stakeholderov. 5. Manažérska etika. Diskusia o znakoch profesie manažér. Základné etické východiská manažérskej etiky. 6. Etika v manažérskom rozhodovaní. Etické základy profesijnej etiky manažéra. 7. Inštitucionalizácia etiky, etický kódex. Inštitucionalizácia etiky. Nevyhnutnosť aplikácie viacerých foriem inštitucionalizácie etiky vo firme. 8. Etické problémy v pracovnoprávných vzťahoch. Diskriminácia. Prepúšťanie. Whistleblowing. 9. Etika v komunikácii. Štýly komunikácie a etika. Mobbing, bossing, staffing. 10. Etika v službách. Význam etiky v službách. Asymetrická informácia. Absencia garancie výsledku. Morálny hazard. 11. Etika v účtovníctve a bankovníctve. Etické princípy vo vedení účtovníctva. Etické problémy v bankovníctve. 12. Etika v reklame. Etické aspekty reklamy. Subjekty zodpovednosti za reklamu. 13. Záver kurzu. Vyhodnotenie kurzu a hodnotenie študentov.	
Odporúčaná literatúra: Crane Andrew and Matten, Dirk (2016). 4th edition. Business Ethics. Oxford: Oxford University Press. Remišová Anna (2011). Vademecum of Business Ethics. Bratislava: Sprint2. Remišová	

Anna (2015). Súčasné trendy podnikateľskej etiky. Od teórie k praxi. Bratislava: Wolters Kluwer.
 Remišová Anna (2011). Etika a ekonomika. Tretie prepracované a doplnené vydanie. Bratislava: Kalligram.
 Stanwick Peter and Stanwick Sarah (2014). Understanding Business Ethics. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SK, EN

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 147

A	ABS	B	C	D	E	FX
24,49	0,0	25,17	25,17	10,2	12,93	2,04

Vyučujúci: prof. PhDr. Anna Remišová, CSc., doc. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 28.11.2017

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMk/160ME/16			Názov predmetu: Prax			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prax Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 9t Metóda štúdia: kombinovaná						
Počet kreditov: 6						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 6.						
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:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/041ME/00	Názov predmetu: Priamy marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
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. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Znalosť priameho marketingu a jeho základných koncepcií.	
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 teórii a praxi. Praha: Management Press, 1994.

VÁŇA, P. a kol.: Kedy a jak využiť priamou 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:

Slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 475

A	ABS	B	C	D	E	FX
50,11	0,0	26,74	16,42	4,21	1,26	1,26

Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/023ME/18	Názov predmetu: Procesný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50% / 50%	
Výsledky vzdelávania: - Pochopenie podstaty procesného manažmentu, jeho významu a dôležitosti pre manažment podniku v súčasnosti. - Orientovanie sa v súvislostiach vzniku a smeroch rozvoja teórie procesného manažmentu ako i v súčasných trendoch v procesnom manažmente. - Pochopenie odlišnosti procesného manažmentu od tradičného funkčného prístupu k manažmentu. - Vedomosti z oblastí princípov procesného manažmentu, používaných techník a nástrojov využívaných v procesnom manažmente. - Nadobudnuté schopnosti, zručnosti v kontexte aplikovania procesného manažmentu v podniku využitím procesného modelovania a procesných nástrojov. - Porozumenie prínosov, dôvodov a prekážkach zavádzania a uplatnenia procesného manažmentu	
Stručná osnova predmetu: 1. Teoretické východiská a podstata procesného manažmentu 2. Predpoklady a účinky procesného manažmentu v organizácii 3. Základné princípy procesného manažmentu a ich uplatňovanie 4. Reinžiniering – metóda pre modelovanie a implementáciu procesne orientovaných systémov 5. Modelovanie procesov v organizácii. Modelovacie techniky 6. Mapovanie procesov v organizácii 7. Využitie modelovacieho systému ARIS 8. Implementácia procesne orientovaného systému 9. Skúsenosti s uplatňovaním procesného manažmentu v manažérskej praxi 10. Poradenstvo v oblasti procesného manažmentu	
Odporúčaná literatúra: [1] PAPULOVÁ, Z., PAPULA, J., OBORILOVÁ, A. Procesný manažment: ucelený pohľad na koncepciu procesného manažmentu. Bratislava: Kartprint, 2014. [2] BOROVSÝ, J. Manažment zmien: cesta k rastu konkurencieschopnosti. Bratislava: Eurounion, 2005. [3] HAMMER, M., CHAMPY, J. Reengineering - radikální proměna firmy: Manifest revoluce v podnikání. Praha: Management Press, 1995. [4] HAMMER, M., CHAMPY, J. Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business revolution. New York: Harper Business, 1993.	

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. Ing. Ján Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 23.12.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/044ME/00	Názov predmetu: Reklama
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
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: Znalosť Spoločenských, etických a regulačných funkcií reklamy	
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. Zadávatelia 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.
 BOVEÉ, C. L. – ARENS, W. F.: Contemporary Advertising. Boston: Irwin 1996.
 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 Inspirations, Marketing magazine, Stratégie

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 427

A	ABS	B	C	D	E	FX
43,09	0,0	25,53	16,86	10,77	1,17	2,58

Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/052ME/00	Názov predmetu: Riešenie konfliktov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Organizačné správanie	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: Aktívna účasť na riešení úloh na seminároch (30%). Záverečné hodnotenie: Individuálna semestrálna práca (70%). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 30/70	
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 vyjednanie) 5. Ľudia v konfliktoch. 6. Motivačné a interaktívne preferencie v prístupe ku konfliktom. 7. Vyjednanie - techniky, prístupy a výsledky. 8. Záujmy a moc v konfliktoch. 9. Stratégie riešenia konfliktov. 10. Praktické cvičenia hľadania riešenia v konfliktných situáciách.	
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						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 347						
A	ABS	B	C	D	E	FX
54,18	0,0	25,36	13,26	3,46	2,02	1,73
Vyučujúci: Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 11.02.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KSP/027ME/17		Názov predmetu: Strategické myslenie a stratégia				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná						
Počet kreditov: 6						
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: 313						
A	ABS	B	C	D	E	FX
13,74	0,0	15,65	17,89	21,73	18,21	12,78
Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KSP/032ME/17		Názov predmetu: Strategický manažment				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná						
Počet kreditov: 6						
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: 159						
A	ABS	B	C	D	E	FX
6,29	0,0	5,66	20,13	22,01	40,25	5,66
Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/316ME/18		Názov predmetu: Stratégia organizácie v IKT				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: kombinovaná						
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: 5						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/099ME/12	Názov predmetu: Súčasný trendy v praxi manažmentu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 100% Spracovanie semestrálnej práce - prípadovej štúdie Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Poskytnúť študentom 4. a 5. ročníka FMUK možnosť nadobudnúť poznatky z oblasti súčasných trendov v praxi manažmentu na príklade spoločnosti Slovnaft, a.s.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. Podnikanie v rafinérskom odvetví – špecifiká a trendy. 2. Slovnaft a jeho odpoveď na odvetvové a globálne výzvy 3. Rafinéria I – Výzvy manažmentu vo výrobnnej spoločnosti 4. Rafinéria II – Riadenie výrobných procesov 5. Logistika Moderné manažovanie BOZP 6. Finančné riadenie spoločnosti I 7. Finančné riadenie spoločnosti II 8. Obchod 9. Maloobchod – Riadenie maloobchodu v čase krízy 10. Základné pravidlá hospodárskej súťaže 11. Čo je jednoduchšie, hovoriť ku zamestnancom alebo novinárom? O podobách a rozdieloch v internej a externej komunikácii v strategicky významnom podniku. 12. Riadenie ľudských zdrojov I – Personalistika vs Riadenie L'Z 13. Riadenie ľudských zdrojov II – Talent Manažment	
Odporúčaná literatúra: Firemné materiály spoločnosti Slovnaft a.s.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský a anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 92						
A	ABS	B	C	D	E	FX
58,7	0,0	34,78	1,09	0,0	2,17	3,26
Vyučujúci: Mgr. Jana Fratričová, PhD., prof. Ing. Ján Rudy, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 29.11.2017						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/011ME/10	Názov predmetu: Vedenie ľudí
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 12s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 100 % priebežné hodnotenie obsahuje: aktívna účasť na hodinách, písomné úlohy počas semestra (krátke kvízy, test), výskumný projekt. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0 Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom kurzu je sprostredkovať študentom nové, aktuálne poznatky z oblasti vedenia ľudí. Vychádza z organizačného správania, ako aj manažmentu ľudských zdrojov. 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 seba-hodnotenia zvnútorňujú 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: Lašáková, A. (2013). Vedenie ľudí. In Rudy, J. et al.: Organizačné správanie. Bratislava: UK v Bratislave, s. 126 - 146. Remišová, A., Lašáková, A., Rudy, J., Sulíková, R., Kirchmayer, Z., Fratričová, J. (2015). Etické vedenie ľudí v slovenskom podnikateľskom prostredí. Bratislava: Wolters Kluwer.	

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.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský a anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 399

A	ABS	B	C	D	E	FX
37,59	0,0	32,33	17,79	6,02	5,76	0,5

Vyučujúci: doc. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2018

Schválil: