

Informačné listy predmetov

OBSAH

1. 004M/00	Analýza trhových rizík finančných portfólií.....	3
2. 005M/10	Analýza trhových rizík finančných portfólií.....	5
3. 001M/00	Bankový marketing.....	7
4. 067_M/14	Budovanie a riadenie značky.....	10
5. 076M/15	Cestovný ruch.....	13
6. 268M/16	Data Science and Big Data Analytics.....	16
7. 120M/18	Digitálny marketing.....	18
8. 142M/16	Diplomový projekt.....	19
9. 021M/19	Diplomový seminár I.....	21
10. 047M/16	Diplomový seminár II.....	22
11. ECB/11	E-commerce.....	24
12. 22ECB/11	E-commerce.....	25
13. 121M/19	E-commerce II.....	26
14. 181M/19	Ekonómia udržateľnej energetiky.....	28
15. 014M/15	Etický hacking.....	31
16. 312M/19	Európske ekonomické právo.....	33
17. 317M/19	Európske obchodné právo.....	34
18. 183M/12	Európske právo.....	35
19. 310M/18	Finančné účtovníctvo a kontrola v európskom hospodárskom priestore.....	37
20. 037M/00	Finančný manažment.....	38
21. 145M/10	Francúzsky seminár (2).....	40
22. 152M/10	Globalizácia a regionalizácia.....	42
23. 046M/13	IT Business.....	43
24. 047M/13	IT Business.....	44
25. 019M/00	Intranet.....	45
26. 054M/00	Investičné bankovníctvo.....	47
27. S06SJ/16	Manažment - teória, metódy, aplikácie (štátnicový predmet).....	49
28. 029M/00	Manažment informačných systémov.....	50
29. 030AM/16	Manažment informačných systémov.....	52
30. 066M/17	Manažment kvality.....	57
31. 078M/14	Manažment online hier.....	60
32. 304M/19	Manažment projektov a programov EÚ.....	62
33. 009M/00	Manažérske rozhodovanie.....	64
34. 254M/16	Manažérske účtovníctvo.....	66
35. 016M/09	Marketing manažment.....	68
36. 018M/00	Marketing služieb.....	71
37. 020M/00	Marketing v obchode.....	73
38. 023M/00	Marketing v živnostenskom podnikaní.....	76
39. 025M/00	Marketing vzťahov so zákazníkmi.....	78
40. 026M/00	Marketingová analytika.....	80
41. 077M/00	Medzinárodné financie.....	83
42. 313M/19	Medzinárodný manažment I.....	85
43. 314M/19	Medzinárodný manažment II.....	87
44. 022M/00	Medzinárodný manažment ľudských zdrojov.....	89
45. 030M/00	Medzinárodný marketing.....	91
46. 371M/19	Monetárna politika.....	93
47. 033M/00	Non-profit marketing.....	95

48. 034M/00	Nové technológie a komunikačné média v marketingu.....	97
49. 035M/00	Nové trendy v marketingu.....	99
50. O5SJ/15	Obhajoba diplomovej práce (štátnicový predmet).....	102
51. 093M/00	Obranná a bezpečnostná politika EÚ.....	103
52. 095M/10	Oceňovanie podnikov (2).....	105
53. 040M/00	Ochrana informácií.....	107
54. OSS/11	Open Source softvér.....	109
55. 039M/00	Organizačné správanie.....	110
56. 270M/16	Organizovanie a fungovanie inštitúcií EÚ.....	112
57. 066M/16	Orientácia a rozvoj v oblasti kariéry.....	113
58. 123M/19	Podnikové IT stratégie.....	115
59. 047_M/12	Podnikové komunikačné systémy.....	116
60. 103_M/12	Poist'ovacie systémy z právneho pohľadu.....	118
61. 192AM/17	Praktické finančné trhy I.....	120
62. 193AM/17	Praktické finančné trhy II.....	121
63. 160M/16	Prax.....	123
64. 041M/00	Priamy marketing.....	124
65. 308M/18	Prípadové štúdie k európskej ekonomickej integrácii.....	127
66. 194FJM/15	Prípadové štúdie z podnikových financií /FJ/.....	129
67. 115M/16	Regionálna a ekonomická politika EÚ.....	130
68. 044M/00	Reklama.....	131
69. 345M/19	Relaxačné techniky pre manažérov.....	133
70. 052M/00	Riešenie konfliktov.....	134
71. 054M/13	Rozvoj podnikateľských zručností v interdisciplinárnych tímoch.....	136
72. 099M/19	Seminár k Business Intelligence.....	138
73. 110M/00	Sociálna politika EÚ.....	139
74. 111M/18	Sociálne siete a obsahový marketing.....	141
75. 048M/00	Spoločenský marketing.....	142
76. 053M/09	Spracovanie dát pre manažment a marketing (Data mining I.).....	144
77. 054M/09	Spracovanie dát pre manažment a marketing (Data mining II.).....	146
78. 101M/13	Spracovanie údajov I - SQL.....	148
79. 103M/13	Spracovanie údajov II - VBA.....	149
80. 050M/00	Správanie zákazníkov.....	150
81. 032M/00	Strategický manažment.....	152
82. 025M/00	Stratégia logistiky.....	154
83. 026M/00	Stratégia neziskových organizácií.....	156
84. 099M/12	Súčasný trendy v praxi manažmentu.....	159
85. 003_M/15	Tvorba online projektov I.....	161
86. 011M/00	Vedenie ľudí.....	163
87. 072M/00	Viacrozmerne metódy v manažmente (SAS).....	165
88. 178M/11	Vnútrotrh a hospodárska politika EÚ.....	167
89. 331M/16	Výskumné metódy v IT.....	169
90. 302AM/17	Zručnosti pre úspech – z univerzity do praxe.....	172
91. 104_M/12	Zákonník práce - prípadové štúdie.....	176

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/004M/00	Názov predmetu: Analýza trhových rizík finančných portfólií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Očakáva sa, že študent bude pravidelne navštevovať semináre (10b), pripraví case study (40b). V závere semestra vypracuje test, ktorý bude obsahovať teoretickú a praktickú časť po 25 bodov. Celkovo môže študent získať 100 bodov, pre úspešné absolvovanie potrebuje min. 60 bodov Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s problematikou merania trhových rizík. Na praktických príkladoch sa naučia robiť analýzy rizika finančných portfólií s využitím klasických a moderných metód VaR. Praktické príklady budú študenti riešiť pomocou vhodného softvéru.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do merania rizík 2. Rizikové miery pred metodológiou VaR. Markovitzov model. 3. Jednofaktorový model - CAPM 4. Metodológia VaR 5. Neparametrický prístup VaR 6. Parametrický prístup VaR 7. Monte Carlo simulačné metódy 8. Identifikovanie rizikových faktorov založené na PCA 9. Očakávané straty na chvostoch, ETL 10. Stresové testovanie 11. Spätné testovanie (Backtesting)	
Odporúčaná literatúra: 1. Alexander C.: Market Risk Analysis. John Wiley & Sons, Inc., 2008 2. Allen, L., Boudoukh, J., Saunders, A.: Understanding Market, Credit and Operational Risk. The Value at Risk approach. Blackwell Publishing Ltd. 2004 3. Bohdalová, M., Greguš, M.: Stochastické analýzy finančných trhov, UK, Bratislava, 2012 4. Dowd, K. : Measuring Market Risk. John Wiley & Sons, Inc., 2002 5. Jorion, P. : Financial Risk Manager Handbook, John Wiley & Sons, Inc., 2009 6. Jorion, P. : Value at Risk, The New Benchmark for Managing Financial Risk, McGraw-Hill, 2007	

7. McNeil, A.,J., R. Frey, R., P. Embrechts, P. :Quantitative Risk Management, Princeton University Press, Princeton and Oxford, 2005

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 34

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
91,18	0,0	8,82	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Martin Pažický, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 11.06.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/005M/10	Názov predmetu: Analýza trhových rizík finančných portfólií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Očakáva sa, že študent bude pravidelne navštevovať semináre (10b), pripraví case study (40b). V závere semestra vypracuje test, ktorý bude obsahovať teoretickú a praktickú časť po 25 bodov. Celkovo môže študent získať 100 bodov, pre úspešné absolvovanie potrebuje min. 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s problematikou merania trhových rizík. Na praktických príkladoch sa naučia robiť analýzy rizika finančných portfólií s využitím klasických a moderných metód VaR. Praktické príklady budú študenti riešiť pomocou vhodného softvéru.	
Stručná osnova predmetu: 1. Teória výberu portfólia za predpokladu neistoty 2. Metódy merania rizika portfólia, založené na priemere a smerodajnej odchýlke, Markovitzov model, diverzifikácia portfólia 3. Analýza výnosových kriviek dlhopisov 4. Rôzne rizikové miery pred metodológiou VaR a metodológia VaR 5. Neparametrický prístup VaR 6. Parametrický prístup VaR, Monte Carlo simulačné metódy, bootstrap 7. Faktorové modely merania rizika - Jednofaktorový model - CAPM a viacfaktorové modely 8. Identifikovanie rizikových faktorov založené na PCA a jej využitie v meraní rizika	
Odporúčaná literatúra: 1. Alexander C.: Market Risk Analysis. John Wiley & Sons, Inc., 2008 2. Allen, L., Boudoukh, J., Saunders, A.: Understanding Market, Credit and Operational Risk. The Value at Risk approach. Blackwell Publishing Ltd. 2004 3. Bohdalová, M., Greguš, M.: Stochastické analýzy finančných trhov, UK, Bratislava, 2012 4. Dowd, K. : Measuring Market Risk. John Wiley & Sons, Inc., 2002 5. Jorion, P. : Financial Risk Manager Handbook, John Wiley & Sons, Inc., 2009 6. Jorion, P. : Value at Risk, The New Benchmark for Managing Financial Risk, McGraw-Hill, 2007 7. McNeil, A., J., R. Frey, R., P. Embrechts, P. : Quantitative Risk Management, Princeton University Press, Princeton and Oxford, 2005	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 18							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
66,67	0,0	5,56	5,56	5,56	5,56	11,11	0,0
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Martin Pažický, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 20.01.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

Význam bankovníctva v trhovej ekonomike. Vývin bankovej sústavy na Slovensku a jej súčasný stav. Význam a opodstatnenie bankového marketingu.

2. Úvod do problematiky bankového marketingu.
Bankový marketing – vymedzenie a definovanie základných pojmov. Bankový marketing ako podnikateľská filozofia. Funkcie marketingu v komerčnej banke. Vývoj bankového marketingu.

3. Špecifiká bankového marketingu.
Marketing a riadenie komerčnej banky. Špecifiká bankového marketingu a marketingovej stratégie bankových subjektov.

4. Význam informácií a marketingového výskumu v komerčných bankách.
Marketingový výskum informácií. Význam informácií v komerčných bankách a ich zdroje. Konkurenti komerčnej banky, zdroje informácií o konkurentoch.

5. Klient – stredobod pozornosti bankového marketingu.
Klient, jeho základná charakteristika. Správanie klientov. Proces segmentácie. Správanie sa jednotlivých typov segmentov na bankovom trhu. Starostlivosť o klienta.

6. Rozšírený marketingový mix v bankovníctve.
Úvod do rozšíreného marketingového mixu v bankovníctve. Základná charakteristika jeho jednotlivých prvkov.

7. Produkt komerčnej banky – služba.
Produkty v komerčnej banke, ich špecifiká. Produktová politika a životný cyklus bankových produktov, hlavné a vedľajšie znaky bankových produktov. Problematika priamych a nepriamych determinantov bankových produktov, synergický a substitučný efekt. Aktívne, pasívne a neutrálne operácie.

8. Cena.
Cena produktov v komerčných bankách. Metódy stanovenia cien. Formy ceny bankových produktov (úrok, provízie, poplatky).

9. Význam marketingovej komunikácie.
Význam komunikácie v komerčných bankách. Komunikačná stratégia - vnútorná a vonkajšia komunikácia. Význam vonkajšej komunikácie. Komunikačné kanály. Integrácia personálu do komunikačnej politiky. Tvorba inštitucionálneho imidžu a vlastnej identity banky. Marketingový komunikačný mix – využitie jednotlivých prvkov v komerčnej banke. Corporate Identity.

10. Distribúcia.
Distribučná politika produktov a služieb v bankovníctve. Distribučné kanály, tradičné chápanie a využívanie moderných technológií. Členenie distribučných kanálov: statické, mobilné, distribúcia prostredníctvom médií. Optimalizácia distribučných kanálov. Teritoriálna expanzia.

11. Akvizičná činnosť v podmienkach komerčných bánk.
Akvizičná činnosť. Extenzívna a intenzívna, individuálna a plošná akvizícia. Potenciálna a reálna výnosovosť klienta. Plánovanie, realizácia a vyhodnotenie akvizičnej činnosti.

12. Riadenie kvality bankových produktov.
Inovácia produktov a služieb v komerčnej banke. Postup vývoja a realizácie nového produktu v podmienkach komerčnej banky. Riadenie kvality produktov a služieb v komerčnej banke. Objektívna a subjektívna kvalita. Návrhy a sťažnosti klientov.

Odporúčaná literatúra:

- Štarchoň, P.: Bankový marketing. Vybrané časti. Pracovný materiál.
- Korauš, A.: Marketing v bankovníctve a poisťovníctve. Bratislava: Sprint 2000.
- Belás, J.: Retail banking. Bratislava: Iura Edition 2008.
- Juřík, P. Platební karty. Praha: Grada Publishing 2006.
- Databáza ProQuest, Biatec, Trend, Profit, Marketing Science and Inspirations
- Vzhľadom na nové a dostupné zdroje bude priebežne aktualizovaná.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 283							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
61,48	0,0	29,33	6,71	1,06	0,35	1,06	0,0
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 06.03.2018							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/067_M/14	Názov predmetu: Budovanie a riadenie značky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Marketing	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra je potrebné spracovať vybranú tému, odprezentovať ju a prezentáciu odovzdať v elektronickej podobe. Sú 2 varianty. 1. jedna firma, ktorá má v portfóliu niekoľko značiek. Je potrebné zmapovať hierarchickú štruktúru značiek vo firme, identifikovať charakteristiky a ciele všetkých (alebo vybraných) značiek, preskúmať ich prvky, imidž a pozicioning, zhodnotiť ich úspešnosť (či neúspešnosť) a pomenovať dôvody úspešnosti či zlyhávania politiky budovania 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 brand manažment. 2. Porovnanie dvoch konkurujúcich si firiem, kde 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 – prvky značky, imidž, pozicioning a analyzovať úspešnosť metódy a prostriedky ich budovania a zhodnotiť ich perspektívy. Semestrálny projekt je individuálny a v jeho rámci sa vyžaduje porovnanie úspešnosti pozicionovania a riadenia analyzovaných značiek. V priebehu semestra majú študenti možnosť získať 50 % hodnotenia, v skúšobnom období 50 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50% v priebehu semestra, 50 % v skúšobnom období	
Výsledky vzdelávania: Študent získa súbor poznatkov z oblasti manažmentu budovania značky, naučí sa kedy je potrebné značku budovať a kedy nie. Oboznámi sa s tým ako vybudovať, pozicionovať a manažovať značku, bude vedieť, ako je možné značku nadobudnúť a využívať takú, ktorej vlastníkom je iný subjekt. Naučí sa typológiu značiek, bude vedieť posúdiť aké modely firmy využívajú v procese budovania značky a uchopiť ich výhody i nevýhody. Účelom je oboznámiť študentov so základnými prístupmi, možnosťami, strategickými a marketingovými alternatívami v procese budovania alebo nadobudnutia 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,	

zoštieňovania 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. Korporátne značky. Výhody a nevýhody. Synergia medzi produktami.
8. Stratégia - mnoho 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

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?](http://books.google.sk/books?i=8PoItiB7bicC&printsec=frontcover&hl=sk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

[i=8PoItiB7bicC&printsec=frontcover&hl=sk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](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-](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)

[nHqa4C&printsec=frontcover&dq=brand+management+Aaker&hl=en&sa=X&ei=zpljU-](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)

[qeNOqI7Ab9soDoDg&redir_esc=y#v=onepage&q=brand%20management%20Aaker&f=false](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)

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							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenčina							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 175							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
62,29	0,0	26,29	4,0	1,14	0,0	5,14	1,14
Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.							
Dátum poslednej zmeny: 17.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/076M/15	Názov predmetu: Cestovný ruch
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Marketing	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Celkové hodnotenie študentov pozostáva zo súčtu percent za vypracovaný semestrálny projekt, semestrálnu prácu, priebežné hodnotenie a aktívnu účasť a z percent získaných za skúšku. Semestrálny projekt: V priebehu semestra je potrebné spracovať vybranú tému, odprezentovať ju a prezentáciu odovzdať v elektronickej podobe. Téma projektu musí byť prakticky zameraná na: marketingové aktivity a propagáciu vybranej destinácie cestovného ruchu v Slovenskej republike a bude sa týkať analýzy konkurencieschopnosti vybranej destinácie v SR alebo so SR susediacej. V priebehu semestra majú študenti možnosť získať zo 100% hodnotenia, 50 % za aktívnu účasť, diskusiu k projektom a prezentáciu projektu a 50 % za finálny semestrálny projekt. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: V priebehu semestra študenti majú možnosť získať 50% hodnotenia, v skúšobnom období 50%	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu by mal študent vedieť posúdiť, či a aké marketingové stratégie sú vhodné pre rozvoj cestovného ruchu pre konkrétne subjekty i destinácie, oboznámi sa s tým ako majú subjekty CR spolupracovať v kontexte rozvoja CR a aké marketingové stratégie voliť. Cieľom predmetu je získať súbor poznatkov z oblasti cestovného ruchu, zorientovať sa v základných pojmoch, oboznámiť sa s terminológiou a problematiku cestovného ruchu. Účelom je analyzovať faktory konkurencieschopnosti subjektov cestovného ruchu, načrtnúť stratégiu rozvoja destinácií CR a riadenie CR v SR a štátoch EÚ. Študenti sa oboznámia so základnou jednotkou cestovného ruchu, fungovaním subjektov CR, produktovým portfóliom a nutnosťou ponúkať balíčky produktov, využívať synergické efekty a strategické partnerstvá. Predmet upozorní na význam efektívnej marketingovej stratégie destinácie a to tak dovnútra – aby získal domácich turistov, i navonok – vo vzťahu k zahraničným turistom. V rámci predmetu sa budeme zaoberať aj situáciou po pandémii a novými problémami, ktorým cestovný ruch čelí.	
Stručná osnova predmetu: 1.Téma Úvod do problematiky.	

Základné pojmy a terminológia. Pojem cestovný ruch. Medzinárodné vymedzenie. Vybrané pojmy medzinárodnej klasifikácie, výklady a interpretácie. Dôvody a príčiny rozvoja CR. Svetová organizácia CR.

2. Téma - Pojem turizmus a odvetvie cestovného ruchu.

Kto je turista? Rozvoj CR – podmienky a príčiny. Rozvoj cestovného ruchu v poslednom desaťročí, špecifiká CR. Trendy v cestovnom ruchu – trendy u poskytovateľov služieb, zákaznícke trendy, destinačné trendy. Pandémia a jej dôsledky na odvetvie CR.

3. Téma - Konkurencieschopnosť krajiny

Význam CR pre ekonomiku krajín. Konkurencieschopnosť krajiny, faktory ktoré ju ovplyvňujú a nutnosť koordinácie regiónov a destinácií. Vplyv CR na HDP krajiny. Úspešné a neúspešné krajiny v oblasti CR.

4. Téma - Podoby CR

Rozvoj CR v EÚ, politika trvalo udržateľného CR. Masový turizmus, individuálny turizmus. Globálna turistika. Moderné možnosti cestovania, vstup IT do CR.

5. Téma - Poskytovatelia cestovného ruchu, subjekty CR.

Cestovné kancelárie, cestovné agentúry, podnikateľské subjekty v CR. Rola miestnych a regionálnych samospráv pri tvorbe produktov CR. Rozvoj CR a balíčky produktov.

6. Téma - Vymedzenie poskytovateľov služieb – ubytovacie, stravovacie služby - kategorizácia, typológia, štandardy kvality, vybrané trendy. Atrakcie a podujatia – hlavné produkty CR. Marketingový mix v CR.

7. Téma - Stratégie v oblasti CR, analýza odvetvia – vplyvy rôznych faktorov prostredia, hybné sily v odvetví, strategické skupiny v odvetví, napodobiteľné a nenapodobiteľné konkurenčné výhody v CR.

8. Téma - Marketing v CR

Špecifiká marketingového mixu. Úspešný marketing v CR. Marketingoví sprostredkovatelia a ich rola. Destinačný marketing - tvorba stratégie destinácie a jej implementácia. Ľudské zdroje v cestovnom ruchu. Substitúty cestovného ruchu.

9. Téma - Strategické partnerstvá v CR

Potreba partnerstiev v CR, koncipovanie partnerstva a fungovanie partnerstiev. Klastrovanie subjektov CR, rola oblastných organizácií cestovného ruchu. Moderné trendy – zosieťovanie podnikov, hotelové siete, franchising, licencie, manažérske zmluvy.

10. Téma - Cestovný ruch v Slovenskej republike

Stratégie rozvoja CR, vývoj CR, národná a regionálne stratégie. Ciele CR podľa priorít vlády, Slovenskej agentúry pre CR, aktivity MZV pre budovanie značky Slovensko. Rola oblastných organizácií CR a Ministerstva dopravy. Príležitosti po preuknutí.

11. Téma - Podmienky podnikania v CR.

CR v Európe – podpora rozvoja CR, financovanie CR z prostriedkov EÚ. Podnikanie v CR. Analytické techniky, plánovanie v cestovnom ruchu – výhody a riziká, ľudské zdroje.

12. Téma - Destinačný manažment

Destinácia ako základná jednotka CR. Pojem destinácia – primárna ponuka, komunikačná dostupnosť, vybavenosť destinácie. Konkurencieschopnosť destinácie – v lokálnom, národnom i medzinárodnom meradle. Úspešné a neúspešné destinácie CR. Atraktivita destinácie. OOCR a ich rola v destinačnom manažmente.

13. Téma - Značka v cestovnom ruchu

Značka krajiny a destinácie. Módne a stabilné značky. Komunikácia značky – metódy a prostriedky. Značky subjektov CR. Značka destinácie. Princípy trvalej udržateľnosti v CR.

Odporúčaná literatúra:

Odporúčaná literatúra:

Goeldner, Charles R. a Brent Ritchie, J. R. Cestovní ruch: principy, příklady, trendy. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-251-2595-3.

Gajdošík, T., Gajdošíková, Z., Marčeková, R.: Informačné technológie v cestovnom ruchu. Bratislava, Wolters Kluwer 2017, ISBN – 978-8081685-973

Borovský, J., Smolková, E., Niňajová I.: Cestovný ruch, trendy a perspektívy. Jura Edition, Bratislava 2008,s. 280. ISBN 978-80-8078-215-3

Hesková, M.a kol.: Analýza destinačného managementu v cestovnom ruchu na príkladoch Českej republiky a Rakúska. Kartprint, Bratislava 2004. ISBN 80-88870-42-9.

Smolková, E.: Strategické partnerstvá v cestovnom ruchu. Progressus Slovakia 2007, ISBN 978-80-251-1818-4.

Porter, M. E.: Towards a Dynamic Theory of Management: Strategic Management Review, Vydanie 12, str. 97-117, 1991. [online]. Dostupné na internete: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.4250121008/pdf>>

Česká centrála CR: dostupné na: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/ceska-centrala-cestovniho-ruchu-1344.html>

Český turizmus: dostupné na internete: <http://www.czechtourism.com/home/>

Engadin St. Moritz: Brand architecture [online].Dostupné na internete: <<http://www.engadin.stmoritz.ch/winter/en/ueberuns/markenarchitektur/>>

EURÓPSKA KOMISIA, 2010: Európa ako popredná svetová destinácia cestovného ruchu – nový politický rámec pre európsky cestovný ruch [online].Dostupné na internete: <http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/communications/communication2010_sk.pdf>

Country Brand Index, 2012: Full List of Countries [online]. Dostupné na internete: <http://www.futurebrand.com/wp-content/cbi/pdfs/CBI_2012-13.pdf>

UNWTO, 2012: Infographics: Turning one billion tourists into one billion opportunities [online]. Dostupné na internete: <<http://media.unwto.org/en/news/2012-12-12/infographics-turning-one-billion-tourists-one-billion-opportunities>>

WTTC, 2011: Travel & Tourism 2011 [online]. Dostupné na internete: <wttc.org/site_media/uploads/downloads/traveltourism2011.pdf>

WTTC, 2011: Travel & Tourism Economic Impact 2012 European Union [online]. Dostupné na internete: <http://wttc.org/site_media/uploads/downloads/european_union2012.pdf>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 100

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
61,0	0,0	33,0	1,0	0,0	0,0	4,0	1,0

Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 17.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/268M/16	Názov predmetu: Data Science and Big Data Analytics
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Pre úspešné dokončenie predmetu by študenti mali mať základné matematické a štatistické vedomosti (postačujú jednoduché regresie, pravdepodobnosť a popisné štatistiky). Študenti by mali mať tiež vedomosť o skriptovacích jazykoch (alebo programovaní), napríklad Python, Java alebo R a základnú vedomosť databáz. Všetky prerekvizity budú obsiahnuté v materiáloch k Session 0 a dostupné pred začiatkom kurzu.	
Výsledky vzdelávania: Po dokončení tohto kurzu budú študenti schopní použiť analýzu dát na vytvorenie konkurenčnej výhody produktu alebo servisu. Mali by byť taktiež schopní aktívnej účasti na analytických projektoch a projektoch zameraných na Big Data. Študenti budú schopní rozpoznať výzvy ktorým biznis čelí a definovať ich ako analytický problém. Naučia sa aplikovať vhodné techniky a nástroje pre analýzu dát a vytvorenie modelov ktoré odhalia a objasnia kľúčové oblasti problému. Študenti sa naučia vytvárať výstupy na základe spracovaných dát a komunikovať ich s ostatnými zúčastnenými.	
Stručná osnova predmetu: Session 1: Úvod do analýzy Big Data Session 2: Životný cyklus Data Analytics Session 3: Metódy Data Analytics Session 4: Pokročilá Data Analytics Session 5: Technológie a nástroje Session 6: Výstupy a vizualizácia dát	
Odporúčaná literatúra: 1. EMC Education Services. Data Science and Big Data Analytics: Discovering, Analyzing, Visualizing and Presenting Data. John Wiley & Sons, 2015. 2. Miller, Thomas W. Marketing Data Science, Modeling Techniques in Predictive Analytics with R and Python. Pearson Education, Inc. 2015 3. Lewis, Nigel Da Costa. Deep learning made easy with R: A gentle introduction for data science. AusCov, 2016. 4. Chinnamgari, Sunil Kumar. R Machine Learning Projects. Packt Publishing, 2019. 5. Menshawy, Ahmed. Deep Learning By Example: A hands-on guide to implementing advanced machine learning algorithms and neural networks. Packt Publishing, 2018.	

6. Provost, Foster, and Tom Fawcett. Data Science for Business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking. " O'Reilly Media, Inc.", 2013.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 19

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
36,84	0,0	5,26	26,32	26,32	5,26	0,0	0,0

Vyučujúci: Ing. Eugen Molnár, PhD., Mgr. Rastislav Molnár

Dátum poslednej zmeny: 08.10.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KMk/120M/18				Názov predmetu: Digitálny marketing			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 220							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
73,18	0,0	15,0	5,91	3,18	0,0	2,73	0,0
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KMk/142M/16				Názov predmetu: Diplomový projekt			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 955							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
72,98	0,0	12,88	4,61	1,78	1,99	5,76	0,0
Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Eva Brestovanská, PhD., PhDr. Gabriela Bérešová, PhD., Ing. Miloslav Chalupka, PhD., doc. Mgr. Emília Charfaoui, CSc., PhDr. Lukáš Copuš, PhD., doc. Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., Mgr. Martina Drahošová, PhD., doc. Ing. Milan Fekete, PhD., doc. Mgr. Jana Fratričová, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniiová, PhD., doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD., Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD., Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD., Mgr. Lucia Kohnová, PhD., Mgr. Janka Kottulová, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD., PhDr. Daniela Majerčáková, PhD., MBA, Mgr. Juraj Mikuš, PhD., Mgr. Petra Milošovičová, PhD., Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD., prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., Mgr. František Olšavský, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Ing. Ján Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., Mgr. Lucia Paškrťová, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Michaela Poláková, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD., doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc., prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., Mgr. Ján Smoleň, PhD., doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., doc. PhDr. Paulína Stachová, PhD., doc. Ing. Zuzana Stoličná, PhD., doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., Mgr. Rita Szalai,							

PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD., Ing. Viera Ölvecká, PhD., doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., doc. Ing. Daniela Špírková, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., doc. JUDr. PhDr. Silvia Treľová, PhD., prof. Ing. Ján Rudy, PhD., Mgr. Michal Páleník, PhD., prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD., Mgr. Petronela Klačanská, PhD.

Dátum poslednej zmeny:

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM/021M/19				Názov predmetu: Diplomový seminár I			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 2							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 57							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
64,91	0,0	12,28	8,77	0,0	3,51	10,53	0,0
Vyučujúci: doc. PhDr. René Pawera, PhD., prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., Ing. Viera Ölvecká, PhD., doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD., Mgr. Mário Papík, PhD., Mgr. Lenka Procházková, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., doc. PhDr. Paulína Stachová, PhD., Mgr. Lucia Paškrťová, PhD., Mgr. Petra Milošovičová, PhD., Mgr. Janka Kottulová, PhD., PhDr. Daniela Majerčáková, PhD., MBA, doc. Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., PhDr. Gabriela Bérešová, PhD., Mgr. Ján Smoleň, PhD., Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD., doc. Ing. Zuzana Stoličná, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, doc. Mgr. Emília Charfaoui, CSc., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Mgr. František Olšavský, PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, PhD., doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., doc. Ing. Andrej Miklošík, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KSP/047M/16				Názov predmetu: Diplomový seminár II			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 985							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
62,54	0,0	17,26	8,12	3,15	3,15	5,79	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., doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Ing. Jaroslav Huľvej, PhD., Mgr. Lucia Kohnová, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD., Mgr. Juraj Mikuš, PhD., prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc., doc. PhDr. Paulína Stachová, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., prof. Mgr. Tatiana Kluvánková, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., PhDr. Gabriela Bérešová, PhD., Mgr. Eva Brestovanská, PhD., Mgr. Jan Janac, PhD., Mgr. Janka Kottulová, PhD., PhDr. Daniela Majerčáková, PhD., MBA, Mgr. Petra Milošovičová, PhD., Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., doc. Ing. Zuzana Stoličná, PhD., doc. Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., Ing. Viera Ōlvecká, PhD., Mgr. Lucia Paškrtová, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD., Mgr. Ján Smoleň, PhD., Mgr. Martin Vozár, PhD., doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD., prof. Ing. Ľubica Bajzíkova, PhD., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD., prof. PhDr. Anna Remišová, CSc., prof. Ing. Ján Rudy, PhD., doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD., doc. Mgr. Jana Fratričová, PhD., Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD., Mgr. Michaela Poláková, PhD., doc. Mgr. Emil Wojčák, PhD., PhDr. Lukáš Copuš, PhD., doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD., Mgr. Peter Mrázik, PhD., doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová,							

PhD., Mgr. František Olšavský, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc., doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Martina Drahošová, PhD., Mgr. Rita Szalai, PhD., Mgr. Eleonóra Beňová, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., doc. JUDr. Ján Matlák, CSc., doc. JUDr. PhDr. Silvia Treľová, PhD., Ing. Miloslav Chalupka, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD., prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD., Mgr. Petronela Klačanská, PhD., doc. Mgr. Emília Charfaoui, CSc.

Dátum poslednej zmeny:

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/ECB/11				Názov predmetu: E-commerce			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu: Úvod do E-commerce, všeobecný prehľad Metodológia implementácie internetového obchodu CMS systémy pre internetové obchody Pravidlá, princípy a chyby internetových obchodov ePlatobné systémy Legislatíva v elektronickom podnikaní Manažment internetových obchodov Marketing internetových obchodov Spoločné prvky najúspešnejších E-shopov Prieskum e-trhu, analýza konkurencie Aukčné systémy, E-tendre, eCRM Sociálne siete ako podpora internetového obchodu Vytvorenie vlastného E-shopu							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 388							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
86,08	0,0	7,73	2,58	0,26	0,52	2,58	0,26
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/22ECB/11				Názov predmetu: E-commerce			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu: Úvod do E-commerce, všeobecný prehľad Metodológia implementácie internetového obchodu CMS systémy pre internetové obchody Pravidlá, princípy a chyby internetových obchodov ePlatobné systémy Legislatíva v elektronickom podnikaní Manažment internetových obchodov Marketing internetových obchodov Spoločné prvky najúspešnejších E-shopov Prieskum e-trhu, analýza konkurencie Aukčné systémy, E-tendre, eCRM Sociálne siete ako podpora internetového obchodu Vytvorenie vlastného E-shopu							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 51							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
90,2	0,0	3,92	0,0	1,96	0,0	3,92	0,0
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., 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/121M/19	Názov predmetu: E-commerce II
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu:	
Odporúčaná literatúra: [1] AAKER, D. 2003. Brand building budování značky. Vydavateľstvo Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-885-6 [2] BASL, J. – BLAŽÍČEK, R. 2012. Podnikové informačné systémy. Vydavateľstvo Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4307-3 [3] CHANGSEN, Z. 2005. Third Party Logistics Management. Logos Verlag Berlin GmbH, 2005. ISBN 978-3832508869 [4] KOLEKTÍV AUTOROV 2019. Online Marketing Super Affiliate Academy – Tvorba zarábajúceho webu. Bratislava: Vydavateľstvo Affiliate sieť Dognet, 2019. ISBN: 978-80-89969-02-9 [5] KRUPA, M. 2018. E-shop od nápadu po úspech. Bratislava: Vydavateľstvo Wolters Kluwer, 2018. ISBN 978-80-8168-862-1 [6] KUNA, F. A KOLEKTÍV 2018. Obsah, ktorý ľudia milujú. Bratislava: Vydavateľstvo Združenie pre internetovú reklamu IAB Slovakia, 2018. ISBN: 978-80-570-0271-0. [7] MALMROS, R. 2011. Supply Chain Handbook Consultants Executives. Createspace Independent Pub, 2011. ISBN 978-1463723651 [8] POLLOCK, P. 2013. Web Hosting For Dummies. John Wiley & Sons, 2013. ISBN 978-1118540572 [9] PULIZZI, J. 2013. Epic Content Marketing. New York: McGraw-Hill Education, 2013. ISBN: 978-0071819893. [10] SODOMKA, P. 2011. Informační systémy v podnikové praxi. Vydavateľstvo Computer Press, 2011. ISBN 78-80-251-2878-7	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 13.02.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/181M/19	Názov predmetu: Ekonomika udržateľnej energetiky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 85% / 15% (záverečná prezentácia)	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť študentom praktické vedomosti o základoch energetiky a vybraných otázkach nového ekonomického prostredia v energetike. Nové technologické riešenia, ktoré sa čoraz viac uplatňujú vo svetovej energetike, predstavujú radikálnu zmenu a vytvárajú priestor pre nové ekonomické modely, ktoré stále viac nútia k transformácii aj veľké energetické spoločnosti a poskytujú živnú pôdu pre stovky úspešných startupov. Na hodinách sa budú diskutovať prípadové štúdie z celého sveta s cieľom osloviť študentov, ktorí sa zaujímajú o energetiku, nové energie a elektromobilitu, plánujú pôsobiť v európskych energetických štruktúrach, elektrárňach, distribučných spoločnostiach, či založiť vlastný startup. Tento predmet môže tiež slúžiť ako motivácia a vedomostný odrazový mostík pre študentov, ktorí by chceli pokračovať v magisterskom alebo doktorandskom štúdiu energetiky v zahraničí.	
Stručná osnova predmetu: Energetický hodnotový reťazec: Výroba energie, prenos energie, distribúcia energie, veľkoobchod, maloobchod. Energetický mix v Európe a vo svete: typy energii, energetické zásoby, trendy výstavby nových zdrojov, medzihraničné vzťahy. Nukleárna energia a jej význam v energetickom mixe: princíp nukleárnej energie, ekonomický model základovej elektriny, vplyv na ceny energie. Plynová energia a jej geopolitický dopad: ťažba plynu metódou fracking, formy prenosu plynu, využitie plynu v Európe a vo svete, priemyselné odvetvia závislé na plyne, rastúci trend výroby elektriny z plynu a význam špičkovej elektriny. Čistá elektrina na báze plynu, ich obchodné modely a projektové financovanie: mestská kombinovaná výroba elektriny a tepla (paroplyn, protitlak, plynové turbíny), domáce palivové články a možnosti ich financova. Obnoviteľné decentralizované zdroje energie a ich obchodné modely: solárna energia, veterná energia, mala vodná energia, bioplyn, iné. Uskladnenie energie, jeho spôsoby a ekonomický význam. Batérie, vývoj ich cien a možnosti použitia.	

Strana: 2

Elektromobilita a nový životný štýl v mobilite obyvateľstva, nové ekonomické modely a trendy v osobnej mobilite a prepojenosť na elektromobilitu. Nové trendy v nákladnej mobilite a preprave - rozvíjajúce sa obchodné modely v logistike a vplyv na energetiku. Obchodné modely budúcnosti, ako "Physical Internet".

Trhy s elektrinou a význam flexibility: veľkoobchod, denný trh, medzidenný trh, trhy s rezervami, Demand Response, trhy s podpornými službami, kvázi trhy distribučných spoločností a agregovanie.

Formovanie cien na rôznych energetických trhoch. Možnosti obchodovania/investovania na trhoch s elektrinou, ropou a plynom. Spoločné znaky a rozdiely medzi týmito komoditami. Spotové ceny a futures kontrakty na energetické komodity.

Úloha a význam informačných technológií a sociálnych médií v inovujúcich energetických spoločnostiach. Umelá inteligencia, optimalizácia, virtuálna realita, mobilná komunikácia, inteligentná správa majetku, využitie senzorových technológií, plánovanie infraštruktúry a investičné modelovanie.

Smart Grid: investície do inteligentných hodín a predpoklady návratnosti, investície do technológií senzorov a prenosov dát v reálnom čase a ich význam.

Energetické spoločnosti 2.0 a dôvod ich vzniku: špirála smrti pôvodného energetického modelu, trendy decentralizácie a nezávislosti.

Prevrátené ekonomické modely v novom usporiadaní energetiky. Prípadové štúdie Solar city, Opower, Vandebron, Edison Electric, Energypool.

Odporúčaná literatúra:

Supporting literature excerpt:

1. KIRSCHEN Daniel, STRBAC Goran: Fundamentals of Power System Economics. DS Kirschen, 2004.
2. STRBAC Goran: Demand Side Management Benefits and Challenges. Elsevier, 2008.
3. Slootweg, J.G.; van der Meijden, M.A.M.M.; Knigge, J.D.; Veldman, E. Demystifying smart grids - Different concepts and the connection with smart metering, Proceedings 21st International Conference and Exhibition on Electricity Distribution (CIRED 2011), 6-9 June 2011, Frankfurt, Germany
4. E. Veldman, M. Gibescu, A. Postma, J.G. Slootweg, Kling, W.L., 2009, "Unlocking the hidden potential of electricity distribution grids", Proc. 20th International Conference on Electricity Distribution (CIRED 2009), Prague, June 8-11, paper no. 467.
5. PELGRUM E, van der Meijden, M.A.M.M. A market-based investigation of large-scale renewable energy integration in northwestern Europe. IEEE, 2012
6. Gibbs, J., Pesaran, A. A., Sklad, P. S. & Marlino, L. D. in Fundamentals of Materials for Energy and Environmental Sustainability (eds Ginley, D. S. & Cahen D.) Ch. 31, 426–444 (Cambridge Univ. Press, 2012).
7. Schafer, A., Heywood, J. B. & Weiss, M. A. Future fuel cell and internal combustion engine automobile technologies: a 25-year life cycle and fleet impact assessment. Energy 31, 2064–2087 (2006).
8. M Dijk, RJ Orsato, R Kemp. The emergence of an electric mobility trajectory, 2013 – Elsevier
9. Perez-Arriaga, Ignacio J., Hugh Rudnick, and Michel Rivier. "Electric Energy Systems—An Overview." Chapter 1 in Electric Energy Systems: Analysis and Operation. Gomez-Exposito, Antonio, Antonio J. Conejo, and Claudio Canizares, eds. Boca Raton, FL: CRC Press, 2009.
10. Perez-Arriaga, Ignacio J., et al. "Traditional Regulation of the Electricity Industry." Regulation of Energy Utilities Training Course. Florence, Italy: Florence School of Regulation, 1985.

11. Joskow, Paul. "The Difficult Transition to Competitive Electricity Markets in the U.S." Prepared for the Conference "Electricity Deregulation: Where From Here?" Texas A&M University, April 4, 2003.
12. Scheepers, Martin, et. al. "Regulatory Improvements for Effective Integration of Distributed Generation into Electricity Distribution Networks." Summary of the DG-GRID Project Results. Petten, Netherlands: Energy Research Center of the Netherlands, 2007.
13. Energy, Transport, and Water Department. "Building Regional Power Pools: A Toolkit." Washington DC: The World Bank Group, 2005
14. Ellerman, Denny A. "Lessons for the United States from the European Union's CO2 Emissions Trading Scheme." Chapter 1 in Cap-and-Trade: Contributions to the Design of a U.S. Greenhouse Gas Program. A. Denny Ellerman, Mort Webster, et al. Cambridge, MA: MIT Center for Energy and Environmental Policy Research, 2008
15. EPRI Energy Technology Assessment Center. "The Power to Reduce CO2 Emissions." Discussion paper prepared for Electric Power Research Institute (EPRI) Summer Seminar, Palo Alto, CA, August 2007.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: Mgr. Martin Rapoš

Dátum poslednej zmeny: 19.09.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/014M/15	Názov predmetu: Etický hacking
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade so študijným poriadkom FM UK. Hodnotenie je zamerané na hodnotenie schopností a pracovných návykov študentov, ktoré sú hodnotené metódou OCTO v AKVA fázach: Objektivita (Objective) 25% Komplexnosť (Complexity) 25% Tímová práca (Team work) 25% Výstupy (Outputs) 25% Spolu je pridelených max. 100 bodov/semester, pričom v jednotlivých fázach AKVA je možné získať nasledovné body: Analytická – 20 bodov, Koncepcná – 20 bodov, Verifikácia – 20 bodov, Argumentácia – 40 bodov Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je objasniť zložitosť a rozsah problému zabezpečenia systémov pre spracovanie údajov a poskytovanie informácií s dôrazom na úlohu manažéra v procese budovania a prevádzkovania takýchto systémov. Po úspešnom absolvovaní budú študenti ovládať základy IT bezpečnosti a budú schopní testovať bezpečnosť IS / IKT a vo firme, uplatňovať princípy IS / IT a informačnej bezpečnosti vo svojej manažérskej činnosti na pozíciách v rámci IT i mimo IT a pôsobiť v oblasti systému riadenia informačnej bezpečnosti vo firme v rôznych fázach vývoja životného cyklu informačného systému vo všetkých manažérskych pozíciách. Vzdelávanie je v alternatívnej forme rozdelené do 4 fáz AKVA – Analytická (2-4 týždne), Koncepcná (2-4 týždne), Verifikácia (1-3 týždne), Argumentácia (1-3 týždne).	
Stručná osnova predmetu: Všeobecné základy bezpečnosti a vymedzenie pojmu „bezpečný informačný systém“. Základné technické a programové prostriedky ochrany IS. Špecifiká bezpečnosti v sieťach. Bezpečnosť a proces vzniku IS. Bezpečnosť a prevádzka IS. Ľudský faktor a bezpečnostná kultúra organizácie. Základné bezpečnostné princípy. Audit IS. Prednášky a semináre – tematický plán:	

1. Úvod do etického hackingu
2. Praktická ukážka nástrojov hackerov pre Linux a Windows
3. Praktická ukážka penetračného testu IT bezpečnosti servera
4. Praktické ukážky Vírusy
5. Demonštrácia monitorovania sietí
6. Možnosti priamych útokov na sieťové zariadenia
7. Demonštrácia možnosti ochrany proti technikám hackerov
8. Personálna bezpečnosť a bezpečnosť biometrických osobných údajov
9. ISO 27001 - systém manažmentu bezpečnosti
10. Zákon 122-2013 – zákon o ochrane osobných údajov
11. OWASP - Open Web Application Security Project
13. Sociálne inžinierstvo
14. Trendy v manažmente bezpečnosti
15. Študentský battle v sandboxe

Odporúčaná literatúra:

- [1.] Engebretson P.: The Basics of Hacking and Penetration Testing: Ethical Hacking and Penetration Testing Made Easy (Syngress Basics Series), 2011, ISBN-13: 978-1597496551
- [2.] Scambray J., Liu V., Sima C. Hacking Exposed Web Applications, Third Edition, 2010, ISBN-13: 978-0071740647
- [3.] Tipton, H F. -- Krause, M. Information security management [elektronický zdroj]: handbook. [S.l.]: Auerbach Publications, 2007. 978-1-4200-6045-4
- [4.] Stallings, W.; Brown, L.: Computer Security, Principle and Practise, 2nd Edition, Prentice Hall, 2011, ISBN-10: 0132775069;
- [4.] Stallings, W.: "Cryptography and Network Security: Principles and Practice", 5th Edition. Prentice Hall, 2010, ISBN-10: 0-13-609704-9

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 261

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
86,59	0,0	9,2	1,53	0,38	0,77	1,53	0,0

Vyučujúci: Mgr. Vincent Karovič, PhD., PhDr. Peter Veselý, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KEF/312M/19				Názov predmetu: Európske ekonomické právo			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 78							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
42,31	0,0	24,36	19,23	7,69	2,56	1,28	2,56
Vyučujúci: prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KEF/317M/19				Názov predmetu: Európske obchodné právo			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 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: 10							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
60,0	0,0	30,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/183M/12	Názov predmetu: Európske právo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Vnútorný trh a hospodárska politika EU	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Stručný sylabus: 1. Historický vývoj európskej integrácie 2. Pramene európskeho práva 3. Inštitucionálny systém Európskej únie 4. Spoločný trh a vnútorný trh 5. Voľný pohyb tovaru 6. Voľný pohyb osôb 7. Voľný pohyb služieb 8. Voľný pohyb kapitálu 9. Hospodárska súťaž 10. Štátna pomoc 11. Vzťah SR a EÚ	
Odporúčaná literatúra: Literatúra: Zmluva o založení Európskeho spoločenstva , OJ C 321 z 29.12.2006 Relevantná právna úprava ES	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský	
Poznámky: english	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 187							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
49,2	0,0	26,74	12,3	5,35	2,67	3,74	0,0
Vyučujúci: prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., doc. Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., Mgr. Petra Milošovičová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 13.02.2018							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KEF/310M/18				Názov predmetu: Finančné účtovníctvo a kontrola v európskom hospodárskom priestore			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra: [1] SAXUNOVÁ, D. 2019. Financial Statements for the Needs of Managers -Global Accounting Standards : US GAAP and IFRS. Prague : Wolters Kluwer, 2019.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 75							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
14,67	0,0	24,0	29,33	24,0	4,0	1,33	2,67
Vyučujúci: prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., Mgr. Lenka Papíková, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 19.01.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/037M/00	Názov predmetu: Finančný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Základy finančného manažmentu, Štatistické metódy	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky na absolvovanie predmetu sú: - návšteva prednášok - spracovanie prezentácie v tíme - téma z oblasti možností investovania (10%) - vypracovanie domácich úloh zadaných počas semestra (20%) - priebežné hodnotenia počas semestra (20%) - záverečná skúška (písomný test) (50%) Podmienkou na absolvovanie predmetu je získanie minimálne 60% z celkového hodnotenia. Podmienkou na absolvovanie seminárov je získanie minimálne 25b z hodnotenia seminárov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50% seminár 50% skúška	
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 zdrojov dlhodobého financovania spoločnosti, krátkodobého financovania spoločnosti, či na manažment obežného majetku.	
Stručná osnova predmetu: 1. Finančný manažment, jeho úloha a použitie pomerových ukazovateľov. 2. Analýza peňažných tokov projektu. 3. Riziko projektu. 4. Teória kapitálových štruktúr. 5. Dividendová politika. 6. Zdroje dlhodobého financovania spoločnosti. 7. Zdroje krátkodobého financovania spoločnosti. 8. Manažment obežného majetku.	
Odporúčaná literatúra: Literatúra:	

1. Smoleň, J., Komorník J., Finančný Manažment, Univerzita Komenského 2019
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. Komorník J., Majerčáková D., Husovská M.: Finančný manažment, Kartprint 2011

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 3460

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
18,96	0,0	25,87	18,38	13,18	14,68	8,73	0,2

Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD., Mgr. Ján Smoleň, PhD., Mgr. Peter Pšenák

Dátum poslednej zmeny: 29.01.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KEF/145M/10			Názov predmetu: Francúzsky seminár (2)				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu: 50 % + 50%							
Výsledky vzdelávania: Nadviazať na poznatky z predmetu Peniaze a bankovníctvo a zasadiť ich do konkrétneho prostredia finančných sektorov EÚ s primeraným dôrazom na Francúzsko.							
Stručná osnova predmetu: 1. Historické východiská finančného systému v EÚ a vo Francúzsku 2. Rozvoj a význam finančného sprostredkovania 3. Základné charakteristiky finančného systému v EÚ 4. Analýza finančného trhu po segmentoch (banky, poisťovne, dôchodkové fondy...) 5. Jednotný európsky trh a legislatíva 6. Aktuálne trendy a riziká vo finančnom sektore: Francúzsko a EÚ 7. Finančný systém a menová politika (banky a eurozóna) 8. Finančná stabilita							
Odporúčaná literatúra: • Banque Centrale Européenne: www.ecb.int • Organisation de coopération et de développement économiques: www.ocde.org							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, francúzsky							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 49							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
79,59	0,0	10,2	6,12	2,04	0,0	2,04	0,0
Vyučujúci: doc. Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., Anna Jurisová							
Dátum poslednej zmeny: 14.02.2018							

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KEF/152M/10				Názov predmetu: Globalizácia a regionalizácia			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 77							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
50,65	0,0	27,27	11,69	1,3	1,3	7,79	0,0
Vyučujúci: doc. Dr. Frédéric Delaneuville, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/046M/13				Názov predmetu: IT Business			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 26							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
80,77	0,0	7,69	7,69	0,0	0,0	3,85	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/047M/13				Názov predmetu: IT Business			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 78							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
58,97	0,0	23,08	10,26	1,28	1,28	5,13	0,0
Vyučujúci: PhDr. Peter Veselý, PhD., Mgr. Martina Halás Vančová, PhD., prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/019M/00	Názov predmetu: Intranet
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade so študijným poriadkom FM UK. Hodnotenie je zamerané na hodnotenie schopností a pracovných návykov študentov, ktoré sú hodnotené metódou OCTO v AKVA fázach: Objektivita (Objective) 25% Komplexnosť (Complexicity) 25% Tímová práca (Team work) 25% Výstupy (Outputs) 25% Spolu je pridelených max. 100 bodov/semester, pričom v jednotlivých fázach AKVA je možné získať nasledovné body: Analytická – 20 bodov, Koncepčná – 20 bodov, Verifikačná – 20 bodov, Argumentačná – 40 bodov Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je pripraviť študenta na efektívne orientovanie sa v prostredí internej sieťovej a informačnej infraštruktúry podnikov a oboznámiť sa s jej nadväznosťami na informačné systémy intranetu. Predmet poskytuje prehľad o technickom a programovom vybavení interných systémov podnikov založených na počítačových technológiách. Ťažiskom je architektúra internej siete podnikov a jej nadväznosť na biznis procesy s využitím mobilných platforiem, desktopových technológií a serverových systémov. Diskutované intranetové technológie sú v súčasnosti nevyhnutnou a kľúčovou súčasťou podnikov a je potrebné zabezpečenie patričnej organizácie a riadenia. Na predmete budú prezentované funkčné praktické príklady vybraných podnikov a technológií vo virtuálnom prostredí. Študent si po absolvovaní predmetu rozšíri a získa nové poznatky vyplývajúce z rozvoja riadenia a vývoja intranetu vo vybraných podnikoch. Študent porozumie novým pojmom z tejto oblasti, dokáže analyzovať a aplikovať tieto poznatky v odborných predmetoch a v praxi.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do problematiky. (história intranetu, informácie, údaje, technológie) - Historický vývoj výpočtových systémov v prostredí intranetu. Terminológia a vysvetlenie pojmov. 2. Hardvér - Vysvetlenie základných architektúr výpočtových zariadení v prostredí intranetu. Technické špecifiká zariadení v intranete a ich nadväznosť na biznis procesy. 3. Špecifiká operačných systémov intranetu - Windows, OSX, Linux, Mobilné platformy 4. Softvérové aplikácie v intranete - Prierez softvéru využívaného v intranete podnikov. Manažment správy súborov. Interné vzdelávacie systémy. Expertné systémy. Integrované systémy riadenia	

výroby. Systémy vzdialeného prístupu. Prívátne cloudy v podnikoch, manažment mobilných zariadení v podniku.							
5. Architektúra siete intranetu - Základné používané architektúry sietí ich princípy a správa. Monitorovanie siete a prístupov v intranete. VPN							
6. Bezpečnosť v intranete - Fyzická bezpečnosť, softvérová bezpečnosť, organizačná bezpečnosť.							
7. Moderné trendy v intranete a outsourcing cloud computing a hybridné cloudové systémy.							
Odporúčaná literatúra:							
[1.] Martin White. 2011. The Intranet Management Handbook. Publisher: Information Today. Inc.ISBN-13: 978-1573874267							
[2.] Rolf Oppliger. 2007. Internet & Intranet Security (Artech House Computer Security Series) 2nd Edition, Kindle Edition. ISBN-13: 978-1580531665 Languages necessary to complete the course:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
slovenský jazyk, anglický jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 451							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
94,46	0,0	2,88	1,11	0,44	0,0	1,11	0,0
Vyučujúci: Mgr. Vincent Karovič, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 09.02.2018							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/054M/00	Názov predmetu: Investičné bankovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Bankovníctvo, Finančné trhy a inštitúcie,	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Povinnosťou študenta pri zápise na predmet je vypracovať vopred zvolené prezentácie v power pointe k jednotlivým témam, na základe čoho sa potom diskutuje k rôznym problémom z danej oblasti. Okrem toho pracuje každý v teame na investičných stratégiách a tvorbe stratégií, ktoré vytvárajú potenciálny základ pre budúce investovanie. Hodnotenie sa spája hlavne s intenzívnou pracovnou aktivitou a riešením problémov počas jednotlivých hodín a čo predstavuje aj základ aj pre hodnotenie, minimálna požiadavka je 55 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním tohto predmetu získava študent vo veľkej miere aj praktické zručnosti. Získava a nadobúda prehľad z mechanizmu fungovania veľkých investičných bánk vo svete a ich úloha na finančných trhoch, kde zastupujú rôznych investorov, ale aj podporu firmám a podnikateľskému sektoru.	
Stručná osnova predmetu: 1. Investičné bankovníctvo – vymedzenie pojmov investície, investičná banka, investičné bankovníctvo. 2. Hlavné a vedľajšie činnosti investičných služieb. Emisné obchody a ich typy. Úloha investičnej banky v procese emisie. 3. Obchody s cennými papiermi - obchodovanie na vlastný účet a účet klienta. 4. Ochrana proti zneužitiu „Inside informácie“ a insideri pri obchodovaní. 5. Správa portfólia pre klienta – zostavenie portfólia, revízia portfólia, meranie jeho výkonnosti.. 6. Tvorba nových štruktúrovaných produktov pre klientov. 7. Obchodovanie s realitami. Ostatné aktivity. Medzinárodné aktivity. 8. Spôsoby získavania kapitálu. Vlastné kapitálové investície. Venture kapitál. 9. Sekuritizácia aktív. Spôsoby zabezpečenia zo strany investičných bánk. 10. Projektové financovanie. 11. Úloha investičných bánk pri fúziách a akvizíciách. Špekulatívne kúpy, reštrukturalizácia. 12. Analýzy a oceňovanie firiem. Metódy a postupy pri oceňovaní firiem.	

13. Aktuálne problémy investičného bankovníctva vo svete.							
Odporúčaná literatúra: 1. Blake, D.: Analýza finančných trhov, Praha, 1995, Grada 2. Chovancová a kol.: Investičné bankovníctvo, Ekonóm, Bratislava 2005 3. Chovancová a kol.: Investičné bankovníctvo, IURA Edition, Bratislava 2009 4. Musílek, P. Finanční trhy a investiční bankovníctvo, Grada 2009 5. Smernice EÚ v oblasti investičného bankovníctva							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 212							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
65,57	0,0	25,0	6,13	0,94	0,0	2,36	0,0
Vyučujúci: prof. Ing. Božena Chovancová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 07.02.2018							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU ŠTÁTNEJ SKÚŠKY

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/S06SJ/16	Názov predmetu: Manažment - teória, metódy, aplikácie
Počet kreditov: 1	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 2..., 3., 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.KIS/029M/00	Názov predmetu: Manažment informačných systémov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Predmety z informatiky, ktoré sú zaradené do predchádzajúcich ročníkov.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 60/40	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1. Pojem systém v manažmente informačných systémov. Systémy homeostatické, kybernetické, a manažérske informačné systémy. Expertné systémy a systémy na podporu rozhodovania. 2. Plánovanie a projektovanie MIS. Vývojový cyklus tvorby a rozvoja informačného systému. 3. Implementácia informačného systému. Informačný systém organizácie, intranety a extranety. 4. Finančné implikácie tvorby a implementácie MIS. Feasibility study. Outsourcing. Manažérske aspekty MIS 5. Internet. Služby Internetu. Obchodovanie na Internete. Základné trendy vo vývoji informačných a komunikačných technológií. 6. Komunikácia, komunikačné protokoly, počítačové siete, telekomunikácie, elektronická výmena dokumentov. 7. Bezpečnosť, kontrola a ochrana informácií. Intelektuálne vlastníctvo.	
Odporúčaná literatúra: Laudon J.P., Laudon K.C., Management Information Systems & Multimedia Student CD Package, 10/E, ISBN-10: 0132337746, ISBN-13: 9780132337748, Prentice Hall, New York 2007 James A. O'Brien, Management Information Systems, 7/e, McGraw-Hill Higher Education, Boston 2006, ISBN: 007293588x RUSSEV, S. a kol. 2006. Softvérové inžinierstvo. Bratislava: EKONÓM. 2006. ISBN 80-225-2178-7. - RUSSEV, S. – RUSSEV R. 2011. Informačná podpora manažmentu výrobných podnikov. Bratislava: vydavateľstvo UK. 2011. ISBN 978-80-223-2842-5. - RUSSEV, S. 2012. Manažment informatizácie sociálno-ekonomických systémov. Bratislava: KARTPRINT. 2012. ISBN 978-80-89553-05-1.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	

Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3052							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
29,52	0,0	27,26	17,37	11,37	10,09	4,39	0,0
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., Mgr. Július Selecký, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/030AM/16	Názov predmetu: Manažment informačných systémov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety: FM.KIS/003AB/16 - Databázy	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): EXPECTED KNOWLEDGE THE STUDENT IS REQUIRED TO HAVE Familiarity with the basic hardware and software components of a computer and an ability to use the computer for word processing and e-mail are required. VISUAL AIDS Students should use PowerPoint presentations tools. For the project data flow diagrams they should use Visio and also if they wish MindManager software.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: COURSE REQUIREMENTS Students are required to prepare for each class by: • reading the recommended literature; • verifying their understanding by doing the multiple choice tests available for the recommended literature; • preparing themselves for group and class discussion of the case problems assigned and about their project work; MISSED CLASSES, PARTICIPATION AND THEIR EFFECTS ON YOUR GRADE I know that absences are sometimes unavoidable due to sickness, business travel etc. However, we have only a few hours of class time, so my policy dictates that each class-hour missed without pre-arrangement make-up work will cost you percent, i.e. you will lose 1 point of your grade for each class-hour missed unless you arrange make-up work with me beforehand. Furthermore, my policy on attendance stipulates that any student missing more hours of classes will not be able to make the grade in the given semester. Although you will not be able to make up completely for any absence, since you will have missed all discussion and interaction in the class itself, you can nevertheless make up for some of the loss by completing various assignments. I therefore urge you to contact me in advance if you are forced to miss a class and arrange how you can make up for the absence. Failure to do so will result in an unexcused absence. Normally the make-up assignment will involve submitting by e-mail, not later than 2 weeks after the absence, written answers to: • a list of questions related to missed lectures • Case Problems assigned for the missed class and any other assignments for that class	

Your grade for Participation will be based on how well you involve and express yourself in the class. Your grade for Case Problems will be based on how well you involve and express yourself in the class and group discussion of these case studies.

FINAL GRADES

Midterm exam papers will be given at the second half of the semester. Semester projects can be presented not later than end of examination period of the semester.

COURSE FORMAT

The general format of each class will be:

review of assigned reading and discussion

lectures interspersed with group and class discussion of relevant case studies

class review of term projects

CASE STUDIES

Case Studies, labelled Case Problems, are described at the end of each chapter of the text. Students should analyze those listed in the schedule and be prepared to discuss them. Students may be asked to present the results of their analysis.

TERM PROJECT

1 Each student is required, as a member of a team of not more than four or five, to identify and then analyze a non-trivial, unresolved problem or opportunity which has the potential to be solved or improved by a computerized information system.

2 The problem/opportunity may exist in a business with which the students are familiar, or in Society at large. An example in these days of electronic commerce could be the design of a web site. Another might be a sales reporting system for the local grocer. Of course, the most important example is the development of information system

3 The team should prepare a term paper in the form of a consulting report to top management recommending how to solve the problem or take advantage of the opportunity. Apart from an analysis of the problem/opportunity, the report should include an outline design of the proposed solution, illustrating necessary hardware and software components, as well as a proposal on how the system is to be developed.

4 The report should be not less than 7 pages typed single spaced per person in the team and should be handed in by the last Class (the end of the semester). Late submissions will be penalized.

5 You are also required to summarize your results in a twenty minute group presentation. You will earn extra marks for doing an executive summary of not more than one page and providing copies of it to your fellow students at the time of your class presentation.

6 As this course is about information systems in a business orientation, you should put emphasis on managerial and business issues rather than technical aspects; although systems and data analysis should be carried out using the modelling tools you will learn during the course. It is very important that you include references to the sources of your data, in order that I can verify these.

7 The 40% of the course grade assigned to the Term Project will be graded according to the following criteria, i.e. how well you have:

i defined the problem or opportunity and determined the user requirements for solving the problem or exploiting the opportunity

ii analyzed the current situation, the problem/opportunity and the users' requirements

iii considered alternative solutions, examined the technical, economic and organizational feasibility of each and selected the most appropriate

iv illustrated how the chosen solution will work [i.e. how the system's hardware, software, data, people components will interact]

v identified and designed in outline the databases and processes involved in the system

vi identified input and output screens, forms and reports and specified the purpose of each

vii identified and planned any hardware and software procurement needed by the system and scheduled the system's subsequent development and implementation

Specific deliverables to be included in the semester paper are as follows:

SYSTEM PHASE PROJECT DELIVERABLES % of GRADE

PROBLEM STUDY PROBLEM DEFINITION

- o BACKGROUND SITUATION DESCRIPTION
- o PROBLEMS, OPPORTUNITIES & DIRECTIVES
- o RECOMMENDATIONS FOR IMPROVEMENT 5%

FEASIBILITY STUDY FEASIBILITY REPORT

- o CURRENT SYSTEM DESCRIPTION
- o NEW USER/SYSTEM REQUIREMENTS
- o IDENTIFICATION OF ALTERNATIVE SOLUTIONS
- o ANALYSIS OF EACH ALTERNATIVE SOLUTION
- o S/W, H/W & P/W RESOURCES NEEDED
- o TECHNICAL FEASIBILITY
- o ECONOMIC FEASIBILITY
- o ORGANIZATIONAL FEASIBILITY
- o OPERATION FEASIBILITY
- o RECOMMENDATIONS 10%

SYSTEMS ANALYSIS SYSTEM PROPOSAL

- o SYSTEM ENVIRONMENT DIAGRAM (a sketch of the following :)
- o HARDWARE COMPONENTS
- o SOFTWARE COMPONENTS
- o PEOPLE COMPONENTS
- o COMMUNICATIONS COMPONENTS
- o LOGICAL DATA MODEL
- o ENTITY RELATIONSHIP DIAGRAM
- o TABLE DATA STRUCTURES
- o LOGICAL PROCESS MODEL
- o CONTEXT DIAGRAM
- o 1ST LEVEL DATA FLOW DIAGRAM
- o USER INTERFACES
- o LIST OF PROPOSED INPUT FORMS/SCREENS, INCL. DESCRIPTION OF PURPOSE OF EACH
- o PROPOSED PROCUREMENT PLAN
- o PROPOSED DEVELOPMENT SCHEDULE 15%

8 All the above must be written in electronic form and, of course, if you prefer in printed version, too. You are not expected to implement any part of the system, although in some parts, e.g. design of screens, it may well be easier to draft them on the computer.

9 It is necessary to get my agreement of your choice of term project by the first quarter of the semester (from the beginning of the semester), at which time you should submit a brief description of the problem you are attempting to solve and what likely solutions you are considering.

10 A brief progress report should be made to the class in the middle of the semester classes, when each team should report:

- what has been achieved so far
- what major problems have been encountered
- what schedule of activities is planned for the rest of the course

Although the term project as described above may seem large, it is entirely manageable, especially as you will be learning all you need to know during the course. And since you will be developing a real information system it can also be extremely rewarding.

Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Grading % of grade
 Mid-Term Exam 40
 Term Project 40
 Class Presentation of Term Project and Discussion 20
 Course grade: A is 91-100%, B is 81-90%, C is 73-80, D is 66-72, E is 61-65, and F is ≤ 60 .

Výsledky vzdelávania:

The course concentrates on analysis and development of information systems in business organizations. This course will develop the framework for an information system and explore how systems that support the business functions of the organization are integrated and aid the manager with decision-making responsibilities within the operational, tactical, and strategic hierarchy of the company. Underlying the examination of various types of organizational information systems will be an exploration of emerging technologies that drive these systems. This course provides the student with the knowledge and skills necessary to understand and use information technology effectively and shows how information technology provides organizations with a strategic competitive advantage.

Stručná osnova predmetu:

SCHEDULE

Lecture 1 MANAGING INFORMATION SYSTEMS

Lecture 2 SYSTEMS THEORY

Lecture 3 SYSTEM DEVELOPMENT LIFE CYCLE

Lecture 4 THE IMPACT OF INFORMATION TECHNOLOGY ON BUSINESS, E-BUSINESS

Lecture 5 CLOUD COMPUTING

Lecture 6 DATABASES, DATA MINING, DATA and BUSINESS ANALYTICS

Lecture 7 NETWORKS & DATA COMMUNICATIONS

MID-TERM EXAM

Lecture 8 SERVICE ORIENTED ARCHITECTURE, E-SERVICE MANAGEMENT

Lecture 9 INFORMATION SYSTEMS FOR DECISION SUPPORT, INFORMATION TECHNOLOGY ISSUES FOR MANAGEMENT

Lecture 10 EXPERT SYSTEMS, ARTIFICIAL INTELLIGENCE & NEURAL NETWORKS

Lecture 11 INFORMATION SYSTEMS FOR THE ENTERPRISE, BUSINESS INTELLIGENCE

Lecture 12 SECURITY & ETHICAL CHALLENGES

FINAL EXAM

Odporúčaná literatúra:

To be able to benefit fully from each class, it is really very important to read the scheduled chapters and prepare the assigned Case Problems before class. We will cover a great deal of material in the course and even if you are knowledgeable about Business Information Systems, you will be wasting your time and money, as well as your chances of a good grade, if you do not read the text.

TEXT USED

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/>

Natalia Kryvinska, Michal Greguš: SOA and its Business Value in Requirements, Features, Practices and Methodologies, Univerzita Komenského v Bratislave, 2014, ISBN 978-80223-3764-9

Michal Greguš, Natalia Kryvinska: Service Orientation of Enterprises – Aspects, Dimensions, Technologies, Bratislava: Comenius University, 2015. ISBN: 978-80-223-3978-0

Other REFERENCES

Kathy Schwalbe: Information Technology Project Management, Course Technology, Fifth edition, 2008, ISBN 978-0324665215

FACULTY SHAREPOINT ("STUDY MATERIALS"):
<https://fmuniba.sharepoint.com/materialy/SitePages/Domov.aspx>
 MIS4 folder:
<https://fmuniba.sharepoint.com/materialy/MIS%204%20ronk/Forms/AllItems.aspx>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English language

Poznámky:

STATEMENT OF COURSE OBJECTIVES

- a) To assist the student in understanding the issues and problems facing the manager or business user of computer-based information systems, and what solutions are available.
- b) To enable the student to learn how to make intelligent decisions about computer based information systems, and as a user, to attain their effective application.
- c) To prepare the student for participation as a user or a manager in the development of business information system.
- d) To assist the student in appreciating the problems of management in attempting to direct and control corporate information technology.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 100

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
74,0	0,0	18,0	5,0	1,0	2,0	0,0	0,0

Vyučujúci: doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.04.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/066M/17	Názov predmetu: Manažment kvality
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Ukončené bakalárske štúdium.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra je potrebné vypracovať projekt na rôzne témy podľa zadania vyučujúceho vzťahujúce sa k manažmentu kvality. Percentuálny podiel jednotlivých úloh je nasledujúci: účasť na seminároch - 40%; vypracovanie projektu - 60%; súčet: 100%. 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. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa celkovo menej ako 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Predmet Manažment kvality je navrhnutý pre prvý ročník magisterského stupňa študijného programu Manažment a je zameraný na objasnenie základných princípov a požiadaviek na integrovaný systém riadenia, ako aj jednotlivé systémy riadenia kvality, a tiež na zabezpečovanie kvality produkcie a samotných produktov na procesnej úrovni vo výrobných i nevýrobných organizáciách. Predmet poskytuje základňu pre správne chápanie, rozhodovanie a použitie systémového prístupu riadenia podnikových procesov orientovaných na kvalitu výstupu, ako aj uplatnenie postupov a nástrojov zlepšovania kvality tak procesov, ako aj ich výstupov až po finálnu produkciu. Obsahom predmetu budú normy ISO a ich spoločný integrovaný systém riadenia vrátane auditu a certifikácie týchto systémov, ďalej TQM, Six sigma a Zero Quality Control koncepcie, EFQM model ceny za kvalitu, ako aj viaceré kvalitatívne a kvantitatívne nástroje zabezpečovania a zlepšovania kvality. Poznatky budú uplatnené na rôzne typy organizácií, čo sa týka odvetvia.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu manažment kvality. Popis pojmov kvalita a manažment kvality. Stručná história vývoja disciplíny manažment kvality 2. Integrovaný systém riadenia podľa príslušných noriem kvality 3. Audity a certifikácia systémov riadenia 4. TQM a cena za kvalitu podľa modelu EFQM 5. Základy six sigma koncepcie a organizačná štruktúra six sigma projektov	

6. DMAIC and DMADV metodológie
7. Praktické príklady six sigma projektov a projektov kvality
8. Koncepcia Zero quality control
9. Štatistické a neštatistické nástroje a postupy pre zabezpečovanie a zlepšovanie kvality
10. Záverečné hodnotenie

Odporúčaná literatúra:

Povinná:

KENYON, G., N. -SEN, K., C.: The Perception of Quality. Mapping Product and Service Quality to Consumer Perceptions. Springer-Verlag London. 2015. ISBN 978-1-4471-6626-9.

NATARAJAN, Dhanasekharan: ISO 9001 Quality Management Systems. Springer International Publishing AG. 2017. ISBN 978-3-319-54382-6.

COLEMAN, L., B., Sr.: Advanced Quality Auditing. An Auditor's Review of Risk Management, Lean Improvement, and Data Analysis. American Society for Quality, Quality Press, Milwaukee. 2015 by ASQ. ISBN 978-0-87389-913-0.

Odporúčaná:

GISI, Philip: Sustaining a Culture of Process Control and Continuous Improvement. The Roadmap for Efficiency and Operational Excellence. Routledge. Taylor & Francis Group. A Productivity Press Book. 2018. 978-1-315-09936-1.

ORTIZ, M., P. – GARCIA, J. Á. – ARMENGOT, C., R.: Achieving Competitive Advantage Through Quality Management. Springer International Publishing Switzerland. 2015. ISBN 978-3-319-17250-7

ZHAN, Wei – DING, Xuru: Lean Six Sigma and Statistical Tools for Engineers and Engineering Managers. Momentum Press®, LLC, 2016. ISBN-13: 978-1-60650-492-5.

Časopisy: Perspektivy jakosti, Kvalita a ISO Focus+

Užitočné web adresy:

<https://www.iso.org/home.html>

<http://www.ssk.sk/>

<http://www.csq.cz/>

<https://www.casopiskvalita.eu/>

<https://www.send.cz/casopis/835/perspektivy-kvality>

Domovská stránka knižnice UK je: <https://www.fm.uniba.sk/pracoviska/kniznica-fm-uk/>. Na tejto adrese možno nájsť rôzne bibliografické zdroje, domáce i zahraničné. Odporúča sa pre štúdium predmetu primárne využiť internetové linky na interné a externé informačné zdroje knižnice UK, umožňujúce prístup k relevantným časopisom, knihám a kvalifikačným prácam. Možno tiež použiť aj iné relevantné Web stránky, napríklad: <http://scholar.google.sk/>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský a anglický jazyk.

Poznámky:

Predmet sa vyučuje len v zimnom semestri.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 102

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
67,65	0,0	30,39	1,96	0,0	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: doc. Ing. Milan Fekete, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 17.09.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/078M/14			Názov predmetu: Manažment online hier				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Študent má možnosť sa oboznámiť s hrou ako produktom a tiež ako s marketingovým nástrojom. Predmet sa venuje prierezu celým procesom vývoja hry, od myšlienky, návrhu, vývoja, testovania proropty, realizáciu až po marketing, monetizáciu a analytiku.							
Podmienky na absolvovanie predmetu: Vypracovanie záverečného projektu. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Záverečné hodnotenie							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu: Hry ako produkt a marketingový nástroj Projektový manažment v online hrách Design Grafika, programovanie a testovanie Tvorba prototypu a jeho testovanie Marketing online hier							
Odporúčaná literatúra: Jesse Schell: The Art of Game Design Raph Koster: Theory of Fun for Game Design avid Wesley,Gloria Barczak: Innovation and Marketing in the Video Game Industry							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 256							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
91,02	0,0	0,0	1,17	0,0	0,0	7,81	0,0
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.							

Dátum poslednej zmeny: 16.02.2018
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KEF/304M/19			Názov predmetu: Manažment projektov a programov EÚ				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Hodnotenie predmetu je v súlade s Vnútorným predpisom č. 20/2017 (Študijný poriadokUK) a je zamerané na hodnotenie získaných schopností a návykov absolventov predmetu primoznom využití hodnotiacich metód AKVA (analýza, koncepcia, verifikácia, argumentácia)/CÚSP(cieľovosť, úplnosť, spolupráca, prejavy).							
Výsledky vzdelávania: Študent absolvovaním predmetu získa vedomosti o problematike manažmentu projektov a programov EÚ, ktoré si prehĺbi cvičeniami k národným špecifikám. Predmet je zameraný na rozvoj tvorivého manažérskeho myslenia.							
Stručná osnova predmetu: 1. Manažment politiky súdržnosti EÚ, aktéri a procesy 2. Inštitúcie REP 3. Štrukturálne a investičné fondy 4. Špecifické nástroje financovania, ďalšie finančné nástroje EÚ 5. Manažment projektov financovaných zo ŠF v SR 6. Špecifiká finančného manažmentu projektu (ako získať financovanie)							
Odporúčaná literatúra: PAWERA, R. a kol. (2014) Regionálna politika a politika súdržnosti EÚ. UK, Bratislava 2014, ISBN 978-80-223-3549-2, 306s. DOLEŽAL, J., KRÁTKY, J. (2017) Projektový manažment v praxi, Grada, Praha 2017, ISBN 978-80-247-5693-6, 172s.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 51							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
41,18	0,0	35,29	9,8	5,88	1,96	0,0	5,88

Vyučujúci: doc. PhDr. René Pawera, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 10.10.2019
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/009M/00	Názov predmetu: Manažérske rozhodovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Ukončené bakalárske štúdium.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Celkové hodnotenie je v súlade s fakultným systémom hodnotenia: A = 91-100%; B = 81-90%; C = 73-80%; D = 66-72%; E = 65-60%; F = 0-59%. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Priebežne: 40% / Skúška: 60%. Skúška pozostáva z písomnej preverky v priebehu semestra (mid-term) 30% a záverečnej skúšky v skúškovom období 30%.	
Výsledky vzdelávania: Rozhodovanie je jednou z hlavných zodpovedností a funkcií manažérov a manažéri sú hodnotení a odmeňovaní na základe úspešnosti ich rozhodnutí. Cieľom predmetu je zdokonaľiť rozhodovacie zručnosti študentov a prispieť k ich schopnosti efektívne a tvorivo riešiť problémy tak individuálne, ako aj v rámci tímov. Absolventi predmetu sa naučia vnímať rozhodovanie ako systematický proces v kontexte riešenia problémov. Budú schopní používať racionálne metódy rozhodovania za podmienok istoty, neistoty a rizika, ako aj riešiť sekvenciu nadväzujúcich rozhodnutí. Budú vnímať psychologickú perspektívu rozhodovania. Oboznámia sa s technikami skupinového a tímového rozhodovania. Získané teoretické poznatky si prakticky precvičia prostredníctvom viacerých simulácií a prípadových štúdií.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. Rozhodovanie v manažmente. Podstata manažérskeho rozhodovania. Proces 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. Dva systémy v nás. Heuristiky ukotvenia, dostupnosti a reprezentatívnosti. Prospektová teória. Neracionálne typy volieb. Limity ľudskej mysle. 4. Skupinové rozhodovanie. Definovanie úlohy, plánovanie práce a personálne obsadenie skupiny. Vedenie stretnutia skupiny. Kreatívne metódy a techniky skupinového rozhodovania.	
Odporúčaná literatúra:	

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

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

FOTR, Jiří a kol. Manažerské rozhodování : postupy, metody a nástroje. 2. prepr. vyd., Praha : Ekopress, 2010. 474 s. ISBN: 978-80-86929-59-0, resp. staršie vydania.

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

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

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

GÁL, Peter – HOLIENKA, Marian – HOLIENKOVÁ, Jana – Decision-making of student entrepreneurs: positive, creative, fast, and simultaneously wise. In: International conference on Decision making for small and medium-sized enterprises : Conference proceedings. Karvina : Slezska univerzita v Opave, 2019. s. 88-95 [online]. ISBN 978-80-7510-339-0.

GÁL, Peter: Marketing Implications of Framing in the Decision#Making, In: Acta Univ. Agric. Silvic. Mendel. Brun, 2018, 66(5): 1267 – 1273, doi: 10.11118/actaun201866051267.

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

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

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský / anglický

Poznámky:

Predmet sa poskytuje len v letnom semestri.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 3061

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
21,99	0,0	28,23	23,13	13,43	9,96	3,27	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 03.03.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/254M/16	Názov predmetu: Manažérske účtovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Základy účtovníctva, Nákladové účtovníctvo	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Absolvovať počas výučby dve kontrolné písomky (s úspešnosťou minimálne 50% - výsledok tvorí bonifikačné body ku skúške) a na záver absolvovať finálny test. Prezentať poznatky rámcovo zahrnuté v stručnej osnove predmetu. Hodnotenie predmetu je v súlade so študijným poriadkom FM UK. 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: 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: 1223							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
25,67	0,0	20,69	19,87	12,43	14,55	6,7	0,08
Vyučujúci: prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., Mgr. Lenka Papíková, PhD., Mgr. Rita Szalai, PhD., Ing. Vladimír Valach, PhD., MBA							
Dátum poslednej zmeny: 21.02.2018							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/016M/09	Názov predmetu: Marketing manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie bude pozostávať z dvoch častí: a) Na každom seminári môže študent za aktívnu účasť, ktorou sa budú overovať nadobudnuté vedomosti z poskytnutej prednášky a samoštúdia povinnej literatúry, získať po jednom bode/percente – seminárov, na ktorých sa budú takto overovať nadobudnuté vedomosti, bude desať – spolu teda študent môže za túto časť získať 10 bodov/percent. b) Na každom seminári sa budú ďalej riešiť konkrétne úlohy z praxe a prípadové štúdie. Na konci prednášky prednášajúci zadá rámcovú úlohu na prípravu na nasledujúci týždeň. Na zadaniach a rámcových úlohách môžu spolupracovať študenti v skupinách, max. však dvaja až traja členovia v jednej skupine. Za každé zadanie možno získať maximálne tri body – celkový počet takýchto zadaní bude desať. Študenti odovzdajú spracovaných desať čiastkových zadaní vo forme komplexného semestrálneho projektu posledný výučbový týždeň semestra – študent môže za túto časť získať 30 bodov/percent. Za neospravedlnenú neúčasť, nepripravenosť na seminári, ako aj za načas neodovzdané zadanie študent stráca 10 bodov. Podmienkou pripustenia ku skúške je získanie minimálne 21 bodov/percent z priebežného hodnotenia. Počas skúšobného obdobia môže študent získať zvyšných 60 bodov/percent za absolvovanie písomnej skúšky vo forme šiestich otvorených otázok, každá za desať bodov/percent. V prípade neúčasti študenta na seminári (realizovaného prezenčnou metódou) je potrebné doložiť vyučujúcemu a študijnému poradcovi ospravedlnenie. Aj v prípade realizácie seminárov dištančnou metódou je nutná aktívna účasť v rámci nich. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe získaného celkového počtu percent/bodov, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Pomer priebežného a záverečného hodnotenia je 40:60.40 percent – priebežné hodnotenie za semester 60 percent – skúška v skúškovom období	
Výsledky vzdelávania:	

Cieľom predmetu je hľadať možnosti pre riešenie problémov, s ktorými sa stretáva súčasná prax marketingového riadenia. Ide o riešenie problémov nedostatočnej účinnosti marketingových aktivít a návrh spôsobov merania ich efektívnosti, nakoľko pri stále rastúcich výdavkoch na marketing sa dosahuje stále menší ekonomický efekt z nich. Ako ďalej v tejto situácii? Ako sa vyrovnat' s rastúcimi výdavkami na marketing podmienenými hyperkonkurenčným bojom? Odpoveď na niektoré z týchto otázok poskytuje predmet, ktorý je praktickým návodom, ako na to v súčasnom konkurenčnom prostredí, ktoré je v oblasti marketingového riadenia stále tvrdšie. Predmet je zameraný na osvojenie si princípov racionality v marketingovom riadení. Vychádza z analýzy názorov tzv. spoločenskej kritiky marketingu a naznačuje trend udržateľnosti v marketingovom riadení organizácií na prahu tretieho tisícročia.

Absolvovaním predmetu študent získa komplexnú bázu poznatkov týkajúcu sa moderného marketingového riadenia tak, že ich je schopný uplatniť na všetkých stupňoch riadenia.

Stručná osnova predmetu:

1. Potreba reformy marketingového manažmentu na prahu tretieho tisícročia.
2. Udržateľný marketing – „prečo a ako integrovať udržateľnosť do marketingového riadenia?“
3. Koncepcia racionálneho marketingového manažmentu.
4. Postavenie zákazníka v koncepcii racionálneho marketingového manažmentu.
5. Spotrebiteľské správanie a udržateľná spotreba.
6. Meranie hodnoty marketingových aktivít a investícií v rámci organizácie a tvorba a organizovanie aktivít v rámci budovania jedinečnosti marketingového riadenia v rámci organizácie.
7. Racionalizácia stratégií prvkov marketingového mixu – „3E“ prístup pri tvorbe produktovej stratégie I.
8. Racionalizácia stratégií prvkov marketingového mixu – „3E“ prístup pri tvorbe produktovej stratégie II.
9. Racionalizácia stratégií prvkov marketingového mixu – „3E“ prístup pri tvorbe cenovej stratégie.
10. Racionalizácia stratégií prvkov marketingového mixu – „3E“ prístup pri tvorbe distribučnej stratégie.
11. Racionalizácia stratégií prvkov marketingového mixu – „3E“ prístup pri tvorbe stratégie marketingovej komunikácie I.
12. Racionalizácia stratégií prvkov marketingového mixu – „3E“ prístup pri tvorbe stratégie marketingovej komunikácie II.
13. Prehľad obsahu predmetu a prednáška na aktuálnu tému.

Odporúčaná literatúra:

- [1] PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ, G. – GUBÍNIOVÁ, K. 2015. Udržateľný marketingový manažment. Rozšírené a doplnené vydanie. Trenčín : Inštitút aplikovaného manažmentu, 2015. 329 s. ISBN 978-80-89600-24-3
- [2] PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ, G. – GUBÍNIOVÁ, K. 2016. Vybrané kapitoly z e-learningového kurzu Marketing manažment. Trenčín : Inštitút aplikovaného manažmentu, 2016. 664 s. ISBN 978-80-89600-27-4
- [3] AMATULLI, C. – DE ANGELIS, M. – COSTABILE, M. 2017. Sustainable Luxury Brands. Evidence from Research and Implications for Managers. London : Macmillan, 2017, 259 p. ISB 978-1-137-60158-2
- [4] BELZ, F. M. – PEATTIE, K. 2011. Sustainability Marketing. A Global Perspective. West Sussex : John Wiley & Sons, 2011. ISBN 978-0-470-51922-6
- [5] BRIDGES, C. M. – WILHELM, W. B. 2008. Going Beyond Green: The „Why and How“ of Integrating Sustainability Into the Marketing Curriculum. In : Journal of Marketing Education. 2008, Vol. 30, No. 1, p. 33-46. ISSN 0273-4753

[6] HACKLEY, Ch. 2009. Marketing. A Critical Introduction. London : Sage Publications, 2009. 186 p. ISBN 978-1-4129-1149-8

[7] RICHARDSON, N. 2020. Sustainable Marketing Planning. London : Routledge, 2020, 271 p. ISBN 978-0-367-02521-2

[8] Databázy Univerzitnej knižnice, Centra vedecko-technických informácií Slovenskej republiky.

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

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 3634

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
19,04	0,0	20,69	17,75	16,02	19,62	6,71	0,17

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

Dátum poslednej zmeny: 20.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 465							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
60,0	0,0	24,3	8,82	1,29	1,29	4,3	0,0
Vyučujúci: 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/020M/00	Názov predmetu: Marketing v obchode
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Úvod do teórie obchodu a marketingu, definícia pojmov, obchod, veľkoobchod, maloobchod. Obchod ako odvetvie národného hospodárstva. Úvod do teórie marketingu v obchode. Obchod a jeho charakteristika Obchod a jeho charakteristika, funkcie, jeho pozícia vo vzťahu k výrobe, vymedzenie špecifik v obchode, charakteristické rysy súčasného obchodu, životný cyklus maloobchodného podniku, súčasnosť a budúcnosť obchodu, internetový obchod, elektronické obchodovanie. Maloobchodné reťazce – Jednota, Kaufland, Lidl. Špecifiká marketingu v obchodnej firme Špecifiká marketingu v obchodnej firme, marketing a jeho premeny, špecifiká marketingového mixu v obchode, nákupný marketing. Dôležitosť marketingu v obchodnej stratégii v maloobchode. Marketingové prostredie obchodnej firmy Marketingové prostredie obchodnej firmy, marketingové makroprostredie, marketingové mikroprostredie, vybrané demografické a ekonomické skutočnosti. Nákupné správanie zákazníkov Nákupné chovanie sa zákazníkov, zákazník, spotrebiteľ, súčasný spotrebiteľ, charakteristika súčasného spotrebiteľa, nákupné chovanie ako súčasť spotrebného chovania, faktory ovplyvňujúce spotrebné správanie, viditeľné charakteristiky spotrebiteľa, skryté charakteristiky spotrebiteľa, nákupné rozhodovanie spotrebiteľa, typy nákupných rozhodovacích procesov, sprievodné pohnutky nákupných rozhodnutí. Strategické rozhodovanie v obchodnej firme Strategické rozhodovanie v obchodnej firme, strategické marketingové riadenie, formulácia stratégie, analýza firmy, vízia, poslanie, ciele, identifikácia zákazníkov, stratégia dosiahnutia cieľov, charakteristika zákazníkov podľa rôznych typológií. Rozhodovací proces o distribúcii vo firme Rozhodovací proces o distribúcii vo firme, rozhodovanie o voľbe lokality, rozhodnutie o voľbe trhu, rozhodnutie o umiestnení maloobchodnej jednotky a o forme predaja. Distribučný marketing. Rozhodovanie o cene v obchodnej firme	

Rozhodovanie o cene v obchodnej firme, špecifiká ceny obchodnej firmy, rozhodovanie o cene, cenové stratégie, metódy tvorby ceny, obchodná marža, cenová elasticita, systém zliav cenová orientácia zákazníkov. Marketingové východiská tvorby ceny. Rozhodovanie o sortimente v obchodnej firme Rozhodovanie o sortimente v obchodnej firme, rozhodovanie o celkovom sortimentnom zložení, typológia obchodných jednotiek, rozhodovanie o zmenách v sortimente, rozhodovanie o vlastných značkách, rozhodovanie o značkách, merchandising. Rozhodovanie o komunikácii v obchodnej firme Rozhodovanie o komunikácii v obchodnej firme, marketingová komunikácia, komunikačný proces, komunikačný mix, marketingová komunikácia v obchodnej firme, špecifiká marketingu v obchodnej firme, nástroje komunikácie obchodnej firmy, externé nástroje komunikácie obchodnej firmy – reklama, iné nástroje marketingovej komunikácie, Interné nástroje obchodnej firmy - podpora predaja, osobný predaj, POP reklama, atmosféra predajne. Budovanie lojality zákazníkov Budovanie lojality zákazníkov, spokojnosť zákazníkov, vernosť zákazníkov, vytváranie vernosti zákazníkov, vernostné systémy, vernostné karty, vernostné zľavy a iné podpory predaja a aktivity na udržanie zákazníkov. Aplikovanie na konkrétnych príkladoch. Lojalita zákazníkov – prípadové štúdie na nemeckých rodinných podnikoch. Maloobchodný predaj bez predajní Maloobchodný predaj bez predajní, predajné automaty, zásielkové obchodné domy. Aplikácia na príkladoch. Finančné a marketingové pozitíva a negatíva. Vybrané maloobchodné inštitúcie Vybrané maloobchodné inštitúcie, nezávislý maloobchodný podnikateľ, tradičný obchodný dom, pozitíva a negatíva obchodných domov, maloobchodné reťazce, siete obchodov so zmiešaným tovarom, siete špecializovaných predajní, diskontné domy a iné maloobchodné podniky obchodujúce vo veľkom, obchodníci so zníženými cenami – off price, supermarkety, predaj tovaru nechráneného značkou, hypermarkety, franchising.
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie študentov predstavuje súčet: – 50% vypracovanie seminárnej práce na vopred určenú tému vyučujúcim + prezentácia danej témy a následná odborná diskusia usmernená pedagógom – 50% záverečný písomný test. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50 % priebežné hodnotenie • aktívna účasť na seminároch (vypracovanie seminárnej práce na vopred určenú tému vyučujúcim + prezentácia danej témy a následná odborná diskusia so študentmi usmernená pedagógom 50 % záverečné hodnotenie • záverečný písomný test, 5 otázok – 1 otázka je za 10 bodov
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je zoznámiť sa s obchodom ako odvetvím národného hospodárstva a monosťam využitia marketingu v ňom.
Stručná osnova predmetu: 1) Obchod ako odvetvie národného hospodárstva 2) Maloobchod a veľkoobchod 3) Riadenie obchodnej firmy 4) Marketing obchodnej firmy, 5) Marketing maloobchodu 6) Marketing maloobchodnej jednotky – predajne 7) Marketing veľkoobchodu 8) Hlavné ekonomické aktivity obchodnej firmy

- 9) Nákup tovaru
- 10) Realizácia stratégie nákupu odberateľ a voči dodávateľom
- 11) Riadenie procesu predaja v podniku
- 12) Obchodný personál
- 13) Manažment obchodnej prevádzky, predajné aktivity, správanie sa manažmentu obchodnej prevádzky

Odporúčaná literatúra:

- [1] STRÁŽOVSKÁ, H. - STRÁŽOVSKÁ, Ľ. – VESZPRÉMI SIROTKOVÁ, A. – HORBULÁK, Z. 2017. Obchodné podnikanie na prahu 21. storočia. Bratislava: Sprint, 2017. 283 s. ISBN 978-80-89710-35-5
- [2] STRÁŽOVSKÁ, H. - STRÁŽOVSKÁ, Ľ. - PAVLÍK, A. 2007: Malé a stredné podniky, obchodné podnikanie. Bratislava: Sprint, 2007. 327 s. ISBN 978-80-89085-64-4
- [3] STRÁŽOVSKÁ, H. - STRÁŽOVSKÁ, Ľ. – KROŠLÁKOVÁ, M. – BAŽÓ, L. 2014: Náuka o obchodnom podnikaní. Bratislava: Sprint, 2014. 334 s. ISBN 978-80-89393-98-5
- [4] ZAMAZALOVÁ, M. 2013: Marketing obchodní firmy. Praha: Grada Publishing, 2013. 231 s. ISBN 978-80-247-2049-4
- [5] ostatná literatúra odporúčaná vyučujúcim

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 126

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
84,92	0,0	7,94	0,79	1,59	0,0	4,76	0,0

Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 24.02.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/023M/00	Názov predmetu: Marketing v živnostenskom podnikaní
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Prezentovanie a odovzdanie seminárnej práce na vopred vybranú tému na záver semestra a napísanie záverečného písomného testu. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Študenti získajú vedomosti o dôležitosti tohto druhu podnikania ako aj prakticky si nacvičia založenie živnostenského podniku.	
Stručná osnova predmetu: 1. Definovanie živnostenského podnikania 2. Založenie mikro/malého podniku 3. Aplikovanie marketingu do mikro podniku 4. Výhody/nevýhody využívania marketingovej teórie v živnostenskom podnikaní. 5. Podnikateľský plán pre mikro podnik 6. Pozitíva a negatíva mikro podniku 7. História živnostenského podnikania	
Odporúčaná literatúra: 1) Strážovská, Ľ. Malé a stredné podnikanie a rodinné podnikanie. Nové Zámky: Secos, s.r.o.2007. 138 s. ISBN 80-969389-5-7 2) Strážovská, Ľ.: Rodinné podnikanie ako osobitná činnosť podnikania. In: Náuka o obchodnom podnikaní. - Bratislava : Sprint 2, 2014. - S. 153-172. - ISBN 978-80-89393-98-5 3) Strážovská, Ľ.: Malé a stredné podniky. In: Ekonomické procesy v obchodnom podnikaní. - Bratislava: Sprint 2, 2015. - S. 133-172. - ISBN 978-80-89710-15-7 4) Zákon č. 455/1991 Zb. Zákon o živnostenskom podnikaní (živnostenský zákon)	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 149							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
87,92	0,0	4,7	4,7	0,0	0,0	2,68	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 11.03.2018							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/025M/00	Názov predmetu: Marketing vzťahov so zákazníkmi
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx. 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 zákaznickej databázy. 3. Operatívne CRM. Procesy marketingu, procesy obchodu a procesy poskytovania služieb. Call centrá. 4. Implementácia CRM a problémy s ňou spojené. Taktické opatrenia úspešnej implementácie. Pravidlá pre úspech projektu CRM a predpoklady úspešnej implementácie. Nedostatky pri implementácii CRM. 5. Inovácia CRM. Proces inovácie CRM a proces vyhodnocovania príležitostí. Činnosti súvisiace s inováciou CRM. Riadenie rizík neúspechu inovácie CRM. Problémy inovácie CRM. 6. Identifikácia rôznych vzťahov v rámci organizácie. „Klasické trhové“ vzťahy medzi zákazníkom, organizáciou a konkurentom. „Špeciálne trhové“ vzťahy. Mega vzťahy. Nano vzťahy.	
Odporúčaná literatúra:	

Customer relationship management : a global perspective / Vyd. údaje Aldershot, Hampshire, England ; : Burlington, VT : : Gower,, c2008. <http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10362159>

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 230

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
66,09	0,0	27,39	3,04	0,43	0,43	2,61	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 12.03.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/026M/00	Názov predmetu: Marketingová analytika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 30 % priebežné hodnotenie • aktívna účasť na seminároch (v prípade neospravedlnenej neúčasti alebo nepripravenosti na seminár strata 10%), • model asociačnej analýzy - 10% • model cross sell – 10% • model segmentácie - 10% 70 % záverečné hodnotenie • ústna skúška Celkové hodnotenie študentov pozostáva zo súčtu percent za vypracované analytické modely, aktívnu účasť a z percent získaných za ústnu skúšku. Jednotlivé anaytické modely sú vypracovávané priebežne na jednotlivých seminároch, konkrétne postupy sú vždy vysvetlené a demonštrované na seminári. Ústna skúška je komplexne hodnotená vzhľadom na kvalitu spracovania modelu a vyriešenia zadanej úlohy. Každý študent dostane úlohu použiť vybraný model, ktorý bol preberaný počas semestra. Hodnotenie bude udelené na základe kvality modelu a vysvetlenia jeho využitia na marketingové účely. Jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe získaného celkového počtu percent/bodov, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Pomer priebežného a záverečného hodnotenia je 30 : 70. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 30:70	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu budú študenti schopní pracovať s programom SAS Enterprise Miner a budú vedieť vykonať a interpretovať základné analýzy ako Cross sell, Up sell, Asociačná analýza a Segmentácia.	
Stručná osnova predmetu: Základná charakteristika marketingovej analytiky Marketingový výskum a jeho súčasti. Úloha a postavenie marketingovej analytiky v organizácii. Životný cyklus zákazníka. Štatistický softvér Enterprise Miner Úvod do práce so softvérom SAS Enterprise Miner. Základné pojmy. Prezeranie dát, hľadanie chýb a chýbajúcich záznamov v dátach, nahrádzanie dát (impute a replaement), čistenie dát,	

štandardizácia dát.

Druhy analýz využívaných v marketingovej analytike

- Segmentácia zákazníkov, Cross Sell, Up Sell, Customer Retention, Celoživotná hodnota zákazníka. Exploračné analýzy –preskúvanie dát bez predchádzajúcich znalostí.
- Deskriptívne úlohy – popisanie dátovej množiny, metódy zhľukovania podobných javov, dát.
- Prediktívne úlohy – majú za cieľ na základe dátovej množiny a jej správania, určiť resp. predpokladať budúce správanie.

- Hľadanie vzorov a pravidiel – hľadajú sa vzory a vzťahy medzi dátami v množine.

Segmentácia zákazníkov

- Definícia pojmov, základné typy segmentácie. Business rules - Profit ranking, RFM (Recency, Frequency, Monetary), Supervised clustering - Decision tree, Unsupervised clustering - K-means clustering. Vytvorenie zákazníckych segmentov.

Profilácia zákazníckych segmentov

Segmentačné stratégie. Detailný popis každej skupiny zákazníkov z hľadiska ich sociodemografického profilu, nákupného správania, skúseností i potrieb.

Cross Sell a Up Sell

Definícia pojmov. Základné komponenty Cross Sell modelovania. Next Best Offer. Analýza zákazníckeho potenciálu pre predaj produktov a služieb. Analýza poskytuje cenné vzory nákupného správania vo forme prehľadných výstupov. Jej závery bývajú využívané v odporúčacích systémoch, pri zostavovaní ponukových balíčkov, k určovaniu obsahu propagačných katalógov a predovšetkým pri zacielení marketingových kampaní na existujúcich zákazníkov.

Asociačná analýza

Využitie asociačnej analýzy (analýzy nákupného košíka) na identifikáciu Next Best Offer.

Modelovanie opakujúcich sa vzorov zloženia nákupných košov zákazníkov, ktoré sa používajú pre predikciu ich následného správania.

Sekvenčná analýza

Využitie sekvenčnej analýzy na identifikáciu Next Best Offer. Sekvenčná analýza využíva aj premennú, v ktorej sú zachytené informácie o poradí nakupovania produktov firmy jednotlivými zákazníkmi. Výsledkom sú dvoj až niekoľkoprvkové pravidlá, z ktorých je zrejmá postupnosť nákupu. Využitie výsledkov modelovania pri riadení kampaní.

Sklon ku kúpe

Sklon ku kúpe (Propensity to Buy). Základné princípy prediktívneho modelovania. Praktický príklad modelovania sklonu ku kúpe a interpretácia výsledkov. Využitie výsledkov modelovania pri riadení kampaní.

Customer Retention

Definícia pojmov. Odchodovosť zákazníkov a profitabilita organizácie. Základné retenčné stratégie organizácie. Segmentácia odchádzajúcich zákazníkov. Analýza faktorov odchodovosti zákazníka.

Modelovanie sklonu k odchodu, odhaľovanie podvodov

Ktorí zákazníci odídu na budúci mesiac. Využitie výsledkov modelovania pri riadení kampaní.

Spracovanie podvodov. Detekcia a prevencia podvodov v rôznych oblastiach podnikania (poistné podvody, krátenie daní, podvody zo strany zamestnancov) s priamym dopadom na ich škodovosť.

Celoživotná hodnota zákazníka (CLV)

Definícia pojmov. Základné prístupy k výpočtu celoživotnej hodnoty zákazníka: a) Krycí príspevok (tržby mínus variabilné náklady). b) Marketingové a iné náklady nezahrnuté v krycom príspevku. c) Pravdepodobnosť nákupu v danom časovom období.

Každý z týchto ukazovateľov je potrebné samostatne namodelovať na základe historických trendov a prediktívnych indikátorov.

Využitie CLV v marketingu

CLV vyjadruje jeho skutočnú finančnú hodnotu, umožňuje zoradenie a segmentáciu zákazníkov

podľa ich finančného potenciálu a následnú prioritizáciu zdrojov. Získané údaje pomôžu pri rozhodovaní o praktických otázkach, ako:

- o Do ktorých existujúcich a potenciálnych zákazníkov máme investovať viac, a do ktorých menej?
- Ako presmerovať zdroje? Aké kroky podniknúť na udržanie zákazníka, ktorý chce odísť ku konkurencii? Do zákazníka, ktorého hodnota je 100 eur, sa neoplatí investovať 150 eur, aby sme ho udržali. O ktoré ďalšie produkty môže mať zákazník v budúcnosti záujem, ako zvýšiť jeho ziskovosť a koľko investovať?

Záverečné cvičenie

Každý študent dostane úlohu použiť vybraný model, ktorý bol preberaný počas semestra. Hodnotenie bude udelené na základe kvality modelu a vysvetlenia jeho využitia na marketingové účely.

Odporúčaná literatúra:

- [1] PARR RUD, O. 2013. Data mining. Praha: Computer Press, 2013. 370 s. ISBN 8072265776
- [2] KEE HO, W. - LUAN, X. 2003. Data mining. North Carolina: University of North Carolina at Chapel Hill [online]. Dostupné z: <http://www.unc.edu/~xluan/258/datamining.html#history>
- [3] GHANI, R. 2010. Data mining for business applications. Amsterdam: IOS Press, 2010. [online]. Dostupné z: <http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10440450>
- [4] SAS. 2017. Enterprise Miner Tutorial. 2017. [online]. Dostupné z: http://video.sas.com/#category/videos/sas-enterprise-miner_
- [5] SAS. 2017. Analytics in action. 2017. [online]. Dostupné z: <http://video.sas.com/#category/videos/analytics-in-action>
- [6] SAS. 2017. Customer intelligence. 2017. [online]. Dostupné z: http://video.sas.com/detail/videos/trending/video/4059012552001/sas®-enterprise-miner™---pattern-recognition-demo?autoStart=true#category/videos/customer-intelligence_

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 204

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
91,67	0,0	6,37	0,98	0,0	0,49	0,49	0,0

Vyučujúci: Mgr. Lucia Vilčeková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 18.02.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/077M/00	Názov predmetu: Medzinárodné financie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Peniaze a bankovníctvo, Základy finančného manažmentu	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Pre úspešne absolvovanie predmetu je potrebná aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach k predmetu, vypracovanie a prezentácia vybranej témy, absolvovanie priebežného testu a účasť na záverečnej skúške. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Hodnotenie seminára tvorí 40% predmetu a skladá sa z hodnotenia prezentácie na vybranú tému zo sylabu (20%) a priebežného testu v polovici semestra (20%). Výsledok záverečnej písomnej skúšky je hodnotený 60 % bodov.	
Výsledky vzdelávania: Absolventi predmetu Medzinárodné financie získajú komplexný pohľad na oblasť medzinárodných financií s vymedzením pojmov, rozhodujúcich javov, procesov, ako aj smerov ich ďalšieho vývoja. Predmet pojednáva o praktických otázkach súvisiacich s medzinárodným podnikaním, medzinárodným financovaním a uplatnením menových kurzov, finančnými inštitúciami, trhmi a možnosťami investovania.	
Stručná osnova predmetu: Medzinárodné finančné prostredie Platobná bilancia Medzinárodné menový vzťahy Systém menového kurzu Medzinárodné podmienky parity a predikcia menových kurzov Devízové trhy a devízové obchody Medzinárodné finančné trhy Medzinárodný pohyb kapitálu Európska menová integrácia Medzinárodné finančné inštitúcie Medzinárodná likvidita a devízové rezervy Devízová expozícia a devízové riziko Medzinárodný platobný styk	

Odporúčaná literatúra:

1. Musa H. a kol.: Medzinárodné financie, Wolters Kluwer, Bratislava, 2017
2. Mandel M., Durčáková J.: Mezinárodní finance a devizový trh, Management press, Praha, 2016
3. Chovancová B. a kol.: Finančné trhy, nástroje a transakcie, Wolters Kluwer, Bratislava, 2016
4. Rejnuš, O.: Finanční trhy, Grada publishing, Praha, 2016
5. Eiteman, D., K., Stonehill, A., I., Moffett, M., H.: Multinational Business Finance. Addison Wesley, 2001
6. Komorník, J. a kol. : Medzinárodné a európske financie. FM UK Bratislava, 1998

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

Celkový počet hodnotených študentov: 240

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
44,58	0,0	29,17	15,83	6,67	1,67	0,83	1,25

Vyučujúci: Mgr. Lucia Paškrtová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 30.01.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/313M/19	Názov predmetu: Medzinárodný manažment I
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Hospodárska politika v nemecky hovoriacich krajinách, Medzinárodné ekonomické právo, Európska ekonomická interácia	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné písomky a finálna písomka, ústne skúšanie hodnotené podľa systému FM UK, účasť a aktivita na vyučovaní, prezentácie.	
Výsledky vzdelávania: Študent absolvovaním predmetu získa vedomosti o problematike medzinárodného manažmentu, ktoré si prehĺbi cvičeniami k národným špecifikám. Predmet je zameraný na rozvoj tvorivého manažérskeho myslenia.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do medzinárodného manažmentu a podnikania, podstata a význam medzinárodného manažmentu. 2. Medzinárodný manažment a jeho špecifiká v jednotlivých oblastiach a funkciách manažmentu, organizovanie v medzinárodných podnikoch, tvorba medzinárodných podnikateľských sietí a vedenie ľudí v medzinárodných spoločnostiach. 3. Aspekty kultúry v medzinárodnom manažmente, podnikanie v kontexte národnej kultúry a interkultúrna komunikácia v manažmente. Globalizácia a jej vplyv na medzinárodný manažment. 4. Medzinárodný manažment a nadnárodné spoločnosti, nadnárodne spoločnosti a ich význam v svetovej ekonomike.	
Odporúčaná literatúra: PICHANIČ, M. (2004), Mezinárodní management a globalizace. C.H.Beck, Praha 2004 UBREŽIOVÁ, I. (2006), Medzinárodný manažment a podnikanie, SPU, Nitra 2006 ZADRAŽILOVÁ, D. (2004), Medzinárodný manažment, CZU, Praha 2004 WEFERS, J.- Länderstrukturen im deutschsprachigen Wirtschaftsraum, Wolters Kluwer 2018, ISBN 978-80-7598-079-3 STRUNZ, H. 2005. Einführung in das Internationale Management. Niederle Media, 2005. WEFERS, J. 2019. Kollaborative Wirtschaft. Sharing Economy. Wolters Kluwer, ISBN 978-80-7988-364-0	

WELGE, M. K. – HOLTBRUGGE, D. 2010. Internationales Management. Stuttgart : Schaffel-Peschel Verlag, 2006. ISBN 978-3-7910-2465-3							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický, nemecký							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 66							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
69,7	0,0	24,24	1,52	0,0	0,0	4,55	0,0
Vyučujúci: doc. PhDr. René Pawera, PhD., doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 28.08.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/314M/19	Názov predmetu: Medzinárodný manažment II
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Medzinárodný management I, Hospodárska politika v nemecky hovoriacich krajinách, Medzinárodné ekonomické právo, Európska integrácia.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (50 percent), skúška v skúškovom období (50 percent). Počas semestra sú študenti priebežne skúšaní formou dvoch písomných testov, za ktoré môžu získať od 0 po 20 percent a vyžaduje sa aktívna účasť na seminároch, za ktorú môžu získať od 0 do 10 percent. Absolvovanie predmetu je podmienené úspešným absolvovaním ústnej skúšky (0 až 50 percent). Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je rozšírenie teoretických poznatkov z oblasti medzinárodného manažmentu a podnikania v oblasti kolaboratívnej ekonomiky. Súčasťou vzdelávania je aj získanie vedomostí o riadení organizácie platformovej ekonomiky v globálnom prostredí. V rámci vzdelávania sa kladie dôraz na rozvoj kritického myslenia a pragmatických zručností pri aplikácii vybraných metód medzinárodného strategického rozhodovania podniku na národnej úrovni ako i na úrovni EÚ. Študenti získajú schopnosť riešiť reálne problémy medzinárodného podnikania, formulovať vlastné názory na základe získaných teoretických poznatkov a obhajovať ich v rámci diskusie.	
Stručná osnova predmetu: Stručná osnova predmetu: 1. Podstata a význam medzinárodného manažmentu a medzinárodného podnikania v oblasti kolaboratívnej – platformovej ekonomiky. 2. Manažéri a medzinárodné pracovné prostredie v platformovej ekonomike. 3. Platformy pre prepravné služby (Uber, lyft, Gett,...) 4. Platformy pre ubytovacie služby (Airbnb, Xiaozhu,...)	

5. Právny rámec EÚ pre kolaboratívnu ekonomiku 6. Kultúrne, etické a iné aspekty kolaboratívnej ekonomiky 7. Medzinárodný manažment v praxi – riešenie prípadových štúdií							
Odporúčaná literatúra: Odporúčaná literatúra: [1] Strunz, H. (2005). Einführung in das Internationale Management. Niederle Media. [2] Wefers, J. (2019). Kollaborative Wirtschaft. Sharing Economy. Wolters Kluwer, ISBN 978-80-7988-364-0. [3] Welge, M.K. & Holtbrugge, D. (2010). Internationales Management. Stuttgart: Schaffel-Peschel Verlag. ISBN 978-3-7910-2465-3. [4] Zadražilová, D. (2004). Medzinárodní manažment. Praha: CZU. [5] Roby Z. & Procházková K. (2012). Medzinárodný manažment a medzinárodné podnikanie – prípadové štúdie. Bratislava: Ekonóm. [6] Webové sídlo Akademickej knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/ .							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický, nemecký							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 52							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
71,15	0,0	19,23	5,77	1,92	0,0	0,0	1,92
Vyučujúci: doc. PhDr. René Pawera, PhD., doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 28.08.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/022M/00	Názov predmetu: Medzinárodný manažment ľudských zdrojov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: Tímové prezentácie (35%), Aktívna účasť na riešení úloh na seminároch (15%) 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: 1. 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: Bajzíkova, Ľ. - Búciová, Z. 2012. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov. UK.	

Scholz Ch. – Bóhm, 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 a anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 444

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
43,24	0,0	25,68	15,77	9,01	3,15	2,7	0,45

Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 11.02.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/030M/00	Názov predmetu: Medzinárodný marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Marketing	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % priebežné hodnotenie - aktívna účasť na seminároch a vypracovávanie prípadových štúdií (v prípade neospravedlnenej neúčasti alebo nepripravenosti na seminár strata 10%), - semestrálny projekt – aplikácia získaných teoretických znalostí na vybranú organizáciu – 20%, - semestrálna práca na vopred zvolenú a schválenú tému – 20%, 60 % záverečné hodnotenie - skúška – písomná, online test s využitím vybranej aplikácie (MS Forms) Elektronická komunikácia a spôsob distribúcie študijných materiálov prebieha cez aplikáciu MS Teams. Semestrálny projekt sa spracováva priebežne na jednotlivých seminároch, konkrétne zadanie je vždy dané týždeň vopred na seminári. Študenti môžu semestrálny projekt spracovať v skupinách alebo samostatne. Semestrálny projekt sa odovzdáva bez možnosti dodatočných úprav a dodatočnej výmeny. Semestrálna práca je komplexne hodnotená vzhľadom na jej kvalitu. Semestrálnu prácu je potrebné vypracovať a odovzdať najneskôr jeden týždeň pred prvým termínom skúšky. Semestrálna práca sa odovzdáva bez možnosti dodatočných úprav a dodatočnej výmeny. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Študenti po absolvovaní predmetu Medzinárodný marketing získajú možnosť hlbšieho poznania problematiky pôsobenia a činnosti podnikateľských subjektov v prostredí medzinárodného a svetového trhu, ako aj orientácie v prostredí medzinárodných trhov, určovania vhodných stratégií pre vstup na dané trhy, ako aj aplikácie prvkov marketingového mixu v medzinárodnom kontexte. Predmet umožňuje odhadovať a analyzovať medzinárodné prostredie, určiť vhodnú stratégiu pre vstup na medzinárodný trh a porozumieť aplikácii prvkov marketingového mixu v kontexte medzinárodného prostredia.	
Stručná osnova predmetu: 1. Medzinárodný marketing – úvod do problematiky.	

2. Medzinárodné prostredie.
3. Medzinárodné trhy a medzinárodný marketingový výskum.
4. Stratégie vstupu na zahraničné trhy.
5. Segmentácia trhu, výber cieľových trhov a pozicionovanie.
6. Medzinárodný marketingový mix.
7. Produkt.
8. Značka.
9. Distribúcia.
10. Cena.
11. Marketingová komunikácia.
12. Implementácia marketingových stratégií. Vybrané aspekty medzinárodného marketingu.
13. Prehľad obsahu predmetu a prednáška na aktuálnu tému.

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. ISBN 9781408009239
- [3] CATEORA, P. R. – GRAHAM, J. L. 2007. International Marketing. McGraw-Hill: Irwin Professional, 2007. ISBN 978-0071105941
- [4] USUNIER, J. C. – LEE, J. A. 2005. Marketing Across Cultures. Harlow: Pearson Education Limited, 2005. ISBN 9780273685296
- [5] HOLLENSEN, S. 2007. Global Marketing: A Decision-Orientated Approach. Harlow: Financial Times Press, 2007. ISBN 9780273706786
- [6] MACHKOVÁ, H. 2015. Mezinárodní marketing. (Strategické trendy a příklady z praxe – 4. vydání). Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5366-9
- [7] SVĚTLÍK, J. 2003. Marketing pro evropský trh. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 8024704226
- [8] Časopisy Trend, Journal of International Marketing, Marketing Science and Inspirations. Vzhľadom na nové a dostupné zdroje bude doplňujúca literatúra priebežne aktualizovaná.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1138

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
18,98	0,0	25,13	22,06	17,57	14,41	1,49	0,35

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

Dátum poslednej zmeny: 20.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/371M/19	Názov predmetu: Monetárna politika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Ekonómia (1), Ekonómia (2), Ekonómia (3), Monetárna ekonómia	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Semestrálny projekt (40%), požiadavky na skúšku: písomné a ústne overovanie teoretických vedomostí z predmetu (60%)	
Výsledky vzdelávania: Vedieť vysvetliť rozhodnutia menovej politiky centrálnej banky, anticipovať postoj monetárnej autority, vedieť zhodnotiť dôsledky rozhodnutí monetárnej autority pre finančné trhy a bankový sektor, interpretovať akademický výskum o menovej politike.	
Stručná osnova predmetu: Menová politika vo svete racionálnych očakávaní - racionálne vs. adaptačné očakávania, teórie očakávaní, Nový klasický model (flexibilné ceny), Lucasov model, Lucasova kritika, problematika časovej nekonzistentnosti 2. Nový keynesiánsky model - rigidné ceny a menová politika 3. Transmisný mechanizmus monetárnej politiky – tradičné, nákladové a kreditné transmisné kanály monetárnej politiky 4. Konvenčné a nekonvenčné nástroje monetárnej politiky - kvantitatívne uvoľňovanie (QE), efektívnosť nekonvenčnej monetárnej politiky - empirické dôkazy 5. DSGE model a optimálna menová politika – Taylorovo pravidlo a model DSGE (menová politika), empirické dôkazy	
Odporúčaná literatúra: MISHKIN, F.S.: The economics of Money, banking, and financial markets. Fourth edition. Pearson Canada (2011) CASU, B. – GIRALDONE, C. – MOLYNEUX, P.: Introduction to Banking, latest edition, Pearson (2006)	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 1							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Mgr. Martin Pažický, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 20.02.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/033M/00	Názov predmetu: Non-profit marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: odovzdanie seminárnej práce na konci semestra Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Hodnotenie študentov predstavuje súčet: – 50% vypracovanie seminárnej práce na vopred určenú tému vyučujúcim + prezentácia danej témy a následná odborná diskusia usmernená pedagógom – 50% záverečný písomný test.	
Výsledky vzdelávania: Študenti si rozšíria vedomosti o znalosti zo sukromného neziskového sektoru a taktiež využívania marketingu v danom neziskovom sektore – non profit sektore.	
Stručná osnova predmetu: 1) Neziskové organizácie v trhovej ekonomike, faktory ovplyvňujúce vznik a rozvoj neziskového sektora, história a súčasnosť neziskového sektora na Slovensku 2) Znaký a funkcie neziskového sektora, typológia neziskových organizácií, neziskové organizácie a ich vzťahy so spoločnosťou 3) Organizačné formy neziskových organizácií, právna úprava neziskových organizácií, nadácie, neziskové organizácie poskytujúce všeobecne prospešné služby a ostatné 4) Manažment neziskových organizácií, základy a štruktúra manažmentu, nevyhnutnosť manažérskeho myslenia, osobitné problematiky manažmentu neziskových organizácií. 5) Strategický manažment neziskových organizácií, faktory ovplyvňujúce proces strategického riadenia neziskovej organizácie, stratégia a strategické riadenie: vízia, poslanie, hodnoty, ciele organizácie, tvorba strategického plánu, implementácia, kontrola a spätná väzba. 6) Personálny a dobrovoľnícky manažment neziskovej organizácie, podstata personálneho manažmentu, personálny manažment platených pracovníkov/zamestnancov, manažment dobrovoľníkov, príprava a návrh dobrovoľníckych miest, nábor dobrovoľníkov, školenie dobrovoľníkov, riadenie a hodnotenie práce dobrovoľníkov a iné, úlohy vedenia neziskovej organizácie.	

7) Financovanie – získavanie finančných prostriedkov, fundraising neziskových organizácií, financovanie zo štátnych zdrojov, súkromných zdrojov, individuálnych zdrojov, samofinancovanie a podnikanie neziskových organizácií. 8) Fundraisingový plán – obsahová náplň 9) Marketing v neziskových organizáciách, osobitosti marketingu, špecifiká komunikácie neziskových organizácií, marketingové plánovanie, marketingový výskum 10) Marketingový mix – produkt, cena, miesto a odbytové cesty, komunikácia, ľudské zdroje, procesy, služba zákazníčkovi, kontrola plnenia marketingového plánu 11) Princípy hospodárenia v neziskových organizáciách							
Odporúčaná literatúra: 1. BARTÁKOVÁ, G. – CIBÁKOVÁ, V. – ŠTARCHOŇ, P. a kol. 2007: Základy marketingu. Bratislava: 228 s.r.o., 2007. ISBN 978-80-969588-3-2 2. BLOOM P.N. – GUNDLACH, G.T. 2013: Handbook od Marketing and Society. New York: Hill and Wang, 2013. ISBN 0-7619-1626-1 3. MAJDÚCHOVÁ, H. a kol. 2007: Neziskové organizácie. Bratislava: Sprint, 2007. ISBN 80-88848-59-8 4. GOLDGERG, E.M. – FISCHBEIM, M. – MIDDLESTADT, E.S. 2015: Social Marketing, Theoretical and Practical Perspectives. New Yersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2015 5. Aktuálne zákony o súkromných neziskových organizáciách							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 103							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
87,38	0,0	7,77	0,97	0,0	0,0	3,88	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 24.02.2019							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/034M/00	Názov predmetu: Nové technológie a komunikačné média v marketingu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Počas semestra študenti získajú 80 percent hodnotenia, v skúškovom období 20 percent. Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je predstaviť poslucháčom nové, zatiaľ ešte dosť netradičné formy marketingu, pri ktorých sú používané najnovšie výdobytky vedy a techniky. Predmet dáva všeobecný prehľad o oblastiach ako: e-commerce, e-marketing, kontextová reklama, m-commerce, mobile marketing, business intelligence, virtual reality, elektronické platobné systémy, sila komunit a podobne.	
Stručná osnova predmetu: - Oboznámenie sa s predmetom, krátky náhľad do využívania nových technológií v marketingu - Vyhľadávanie a lokalizácia za účelom zasiahnutia zákazníka - Sociálne siete (Facebook, Twitter, Pokec, ...) a ich využitie pre marketingové účely - Online PR a jeho zásady + kontextová reklama - Marketing na internete v praxi (guest speaker) - Elektronické nakupovanie a elektronické platobné systémy - Product placement (guest speaker) - Interaktívna reklama – prepojenie TV s inými médiami (interaktívne výklady, internetová TV, interaktívne promo web pages a microsites...) - Hry a virtuálna realita v marketingu - Mobile marketing (SMS marketing, Bluetooth marketing, Mobilná kontextová reklama,...) - M-commerce (mobilné nakupovanie, mobilné platby) - Augmented Reality, Object Recognition - SO-LO-MO koncept	
Odporúčaná literatúra: HOFlich J, KIRCHER G., LINKE CH., SCHLOTE I.: Mobile media and the change of everyday life, Wien: Peter Lang,, 2010.	

AHONEN, T., BARRETT, J. Services for UMTS: creating killer applications in 3G. Chichester: Wiley, 2002, ISBN 0471 485500

METKE, J. m-marketing: Mobilný telefón ako nový nástroj marketingu. Bratislava: Univerzita Komenského, 2006 (diplomová práca)

Kashani, K. Beyond Traditional Marketing – Innovations in Marketing Practice. Chichester: Wiley, 2006, ISBN 13 978-0-470-01146-1

MOHR, J., SENGUPTA, S., SLATER, S. Marketing of High-Technology Products and Innovations. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2005, ISBN 0-13-123023-9

www.medialne.sk

www.hnonline.sk – príloha: Digitálny svet

www.mobilmania.sk

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 301

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
68,44	0,0	21,93	7,97	1,33	0,0	0,33	0,0

Vyučujúci: Mgr. Jozef Metke, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/035M/00	Názov predmetu: Nové trendy v marketingu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 percent počas semestra, 60 percent záverečná práca Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je seznámiť študenty s najnovšími trendy v marketingu. Moderní trendy budú dokumentované na konkrétnych príkladoch z evropskej i svetovej praxe. Študenti si budú môcť vyzkúšať implementáciu moderných trendov v seminárnej práci na vlastnom - zvolenom príklade.	
Stručná osnova predmetu: Téma č. 1 Holistický marketing Čtyři základní pilíře hospodářského marketingu: vztahový marketing (relationship marketing), integrovaný marketing, interní marketing a společenský marketing Téma č. 2 Event marketing Event marketing jako nástroj marketingové komunikace, cíle event marketingových akcí, event marketing a sponzoring, druhy event marketingu Téma č. 3 Brand marketing Nové trendy v brand marketingu, tvorba strategie značky (rozpínání výrobní řady, rozšíření značky, multiznačkové strategie, strategie nových značek, strategie spojování značek – dualbranding) Téma č. 4 Word of Mouth Marketing Buzz marketing – jeho podstata a využití. Virální marketing - podstata virálního marketingu, jevové formy a jeho využití v komunikačních strategiích Téma č. 5 Guerrilla marketing Podstata guerrilla marketingu, pravidla, taktiky, efektivní podpora médií v rámci guerrilla marketingu, direct marketing a guerilla marketing, Téma č. 6 Ambush marketing Podstata, formy ambush marketingu, základní strategie ambush marketingu a příklady jeho využití. Téma č. 7 Product placement Podstata a historie product placementu, typy product placementu, product placement a právní úprava. Téma č. 8 Internetový marketing	

Internet vs. Tradiční média, podstata internetového marketingu, internet jako součást marketingové komunikační strategie firmy, marketingový mix a internet, základní druhy internetové reklamy, grafická reklama, textová reklama, internet a podpora prodeje.

Téma č. 9 Mobilní marketing a m-komerce

Vývoj, faktory a klíčové vlastnosti, reklamní SMS, MMS, SMS soutěže, ankety a hlasování, hry, a advergaming, reklamní loga a vyzváněcí melodie, M-komerce

Téma č. 10 Postmoderní marketing

Charakteristika postmoderního marketingu, koncepce „4 P“, postmoderní marketing a sémiotika, využití postmoderního marketingu v marketingovém výzkumu

Téma č. 11 Ostatní formy marketingu

Retro marketing – jeho podstata a využití. Engagement marketing – podstata a jeho využití, Behaviorální marketing – podstata a jeho využití.

Odporúčaná literatúra:

Fragasso, Philip M., Marketing for rainmakers : 52 rules of engagement to attract and retain customers for life /

Vyd. údaje Hoboken, N.J. : Wiley,, c2008. <http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10249213>

Blažková, M.: Jak využít internet v marketingu, Krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti. Praha: Grada Publishing 2005, ISBN 80-247-1095-1

Frey, P.: Marketingová komunikace: nové trendy a jejich využití. Praha: Management Press 2005, ISBN 80-7261-129-1

Gibson, R.: Nový obraz budoucnosti. 3. vydání. Praha: Management Press 2007, ISBN 978-80-7261-159-1

Haig, M: Království značky, Praha: Ekopress 2006. ISBN 80-86929-09-4

Havelka, J.: Internetový marketing: Praktické rady, tipy a návody a postupy pro využití internetu v marketingu. Praha, Computer Press 2001, ISBN 80-7226-498-2

Hesková, M., Štarchoň, P.: Marketingová komunikace a moderní trendy v marketingu, J. Hradec, Oeconomia 2009, ISBN 978-80-245-1520-5

Huges, M.: Buzzmarketing, přimějte lidi, aby o vás mluvili, Praha: Management Press 2006, ISBN 80-7261-153-4

Kotler, P. Keller, K.L.: Marketing Management. 12 e, Praha: Management Press 2007, ISBN 978-80-247-1359-5

Levinson, J.C. Guerrilla Marketing Attack, Boston: Houghton Mifflin Company 1989, ISBN 0-395-50220-9

Levinson, J.C.: 50 zlatých pravidel ofenzivního marketingu – Guerrilla marketing. Praha: Management Press 1996, ISBN 80-85603-96-9

Sedláček, J.: E-commerce, internetový a mobilní marketing od A do Z. Praha: Nakladatelství BEN, ISBN 80-7300-195-0

Šindler, P.: Ivent marketing: jak využít emoce v marketingové komunikaci. Praha: Grada Publishing 2003, ISBN 80-24706-466

Časopis Marketing Inspirations – příspěvky s tématy moderní trendy v marketingu

Internetové zdroje

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ

Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 135							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
57,04	0,0	24,44	8,15	1,48	2,22	6,67	0,0
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU ŠTÁTNEJ SKÚŠKY

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM/O5SJ/15	Názov predmetu: Obhajoba diplomovej práce
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 2..., 3., 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.KEF/093M/00	Názov predmetu: Obranná a bezpečnostná politika EÚ
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Spoločná zahraničná politika EÚ	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade s Vnútnym predpisom č. 20/2017 (Študijný poriadok UK) a je zamerané na hodnotenie získaných schopností a návykov absolventov predmetu pri možnom využití hodnotiacich metód AKVA (analýza, koncepcia, verifikácia, argumentácia)/CÚSP (cieľovosť, úplnosť, spolupráca, prejavy) Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1. Rácium Motivačné a metodické uvedenie do predmetu. Výklad zložitého procesu budovania európskej bezpečnosti až po súčasný stav výstavby EBOP a rozvoj európskej bezpečnostnej stratégie, zmeny geopolitickej situácie v Európe a zmena charakteru bezpečnostných rizík a hrozieb. Podpora medzinárodnej spolupráce v otázkach bezpečnosti. 2. Spoločná európska zahraničná a bezpečnostná politika- druhý pilier EÚ Medzníky vývoja Spoločnej zahraničnej a bezpečnostnej politiky EÚ. Potreba inštitucionálneho a procedurálneho urýchlenia prijímania rozhodnutí. Petersberské misie: Rímska deklarácia, Haagska platforma, humanitárne a záchranné misie, udržiavanie mieru, vojenské akcie počas krízového manažmentu. Implementácia Petersberských úloh, schopnosť EÚ riešiť otázky krízového manažmentu, prehľad operačných úloh ZEÚ – realita. 3. Západoeurópska únia Hlavná charakteristika vojensko-politického zoskupenia, analýza hlavných cieľov ZEÚ a jej podstaty. Účastnícke štáty ZEÚ, členské krajiny, asociované členské krajiny, pozorovatelia, asociované partnerské krajiny. Štruktúra ZEÚ, Rada ZEÚ, Rada ministrov, Stála rada, Generálny sekretariát, Parlamentné zhromaždenie, Európske bezpečnostné a obranné zhromaždenie. Spĺyvanie funkcií ZEÚ a Spoločnej bezpečnostnej a zahraničnej politiky EÚ. 4. Organizácia pre bezpečnosť a spoluprácu v Európe Charakteristika významného regionálneho bezpečnostného zoskupenia (organizácie) OBSE. Expertné rokovania KBSE/OBSE, Belehrad, Madrid, Viedeň, Paríž, Helsinky, Budapešť,	

Lisabon, Istanbul. Rozbor hlavných cieľov OBSE a charakteristika hlavných orgánov OBSE, Summit najvyšších predstaviteľov štátov a vlád, Hodnotiaca konferencia OBSE, Parlamentné zhromaždenia, Rada ministrov, Rada splnomocnencov, Stála rada, Fórum OBSE pre spoluprácu bezpečnosti, Operatívne orgány a Pridružené orgány. Aktivity OBSE. 5. NATO a európska bezpečnosť Objasnenie zložitého vývoja NATO na konci 20. a začiatku 21. storočia. Riadiace štruktúry, členské krajiny (26) a účastnícke krajiny Partnerstva za mier (46). Hlavné ciele a základný princíp NATO. Štruktúra NATO a jej politické a vojenské prvky. Mechanizmy fungovania NATO. NATO a veda. Euroatlantická partnerská rada, Partnerstvo za mier, Severoatlantická rada pre spoluprácu. 6. Ciele a komponenty bezpečnosti SR ako členskej krajiny v EÚ Objasnenie úlohy SR ako členskej krajiny v Spoločnej zahraničnej a bezpečnostnej politike EÚ, jej stotožnenie sa s cieľmi SZBP vyjadrujúcimi aj základné záujmy zahraničnej politiky SR. Teoretické problémy európskej bezpečnosti a ich riešenie v SR. Vzťah SR k NATO. Bezpečnostné záujmy a ciele SR, hrozby a výzvy relevantné pre SR a úlohy a nástroje na realizáciu cieľov.																							
Odporúčaná literatúra: PAWERA, R.: Manažment európskej bezpečnosti, Eurounion, Bratislava 2004, ISBN 80-88984-71-8. Odporúčaná: PAWERA, R.: Výučba predmetov Spoločná zahraničná politika EÚ a obranná a bezpečnostná politika EÚ. In.: Európska integrácia v univerzitnom vzdelávaní, Eurounion, Bratislava 2004, ISBN 80-88984-61-0.																							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:																							
Poznámky:																							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 213 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th><th>M</th></tr> <tr> <td>89,2</td><td>0,0</td><td>6,57</td><td>2,35</td><td>0,0</td><td>1,88</td><td>0,0</td><td>0,0</td></tr> </table>								A	ABS	B	C	D	E	FX	M	89,2	0,0	6,57	2,35	0,0	1,88	0,0	0,0
A	ABS	B	C	D	E	FX	M																
89,2	0,0	6,57	2,35	0,0	1,88	0,0	0,0																
Vyučujúci: doc. PhDr. René Pawera, PhD.																							
Dátum poslednej zmeny: 15.02.2018																							
Schválil:																							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/095M/10	Názov predmetu: Oceňovanie podnikov (2)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Predpokladom pre túto triedu je absolvovanie úspešného ročníka Úvod do finančného manažmentu a finančného riadenia. Ďalším predpokladom pre túto triedu sú základy účtovníctva a štatistiky. Preto sa očakáva, že študenti budú spokojní s nasledujúcimi témami: vážené priemerné náklady na kapitál (WACC), model diskontovaných peňažných tokov (DCF), oceňovacie násobky, diverzifikácia, oceňovanie akcií - model zľavy na dividendy (DDM) Model tvorby cien (CAPM), finančné plánovanie (AFN vzorca), finančné ukazovatele, riadenie založené na hodnotách, odpisy, štandardná odchýlka a korelácia. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Problémy a prípady: 30%Projekt: 70%	
Výsledky vzdelávania: Ide o pokročilý kurz v oceňovaní podnikov. Kurz má tri hlavné ciele: 1. Rozvíjať pochopenie nástrojov, ktoré sa používajú pri príprave kompletného modelu oceňovania DCF v MS Excel pre verejne obchodovateľnú spoločnosť. 2. Porozumieť pokročilým otázkam súvisiacim s tým, ako proces hodnotenia funguje v reálnom svete. 3. Dôraz sa kladie na zhodnotenie obmedzení a problémov, s ktorými sa analytik stretáva pri uplatňovaní teoretického rámca hodnotenia spoločností	
Stručná osnova predmetu: Osnova triedy: • Úvod do finančného modelovania v MS Excel • Ako analyzovať trendy v priemysle? • Finančná analýza spoločnosti • výpočet FCF, príprava CAPEX a OPEX • príprava modelu DCF (finančný plán) • Príprava modelu DCF (WACC, rýchlosti rastu TV, FCF) • Príprava oceňovacieho modelu s využitím prístupu ocenenia Multiples (analýza údajov pre priemysel a pre spoločnosť) • Príprava modelu oceňovania s využitím metódy ocenenia Multiples (výpočet hodnôt a výsledky interpretácie) • Príprava Dividend Discount Model (DDM)	

- Prípadová štúdia
- Prípadová štúdia

Odporúčaná literatúra:

1. T. Koller, M. Goedhart, A. Wessels.: Valuation Measuring and Managing the Value of Companies, 5th Edition, McKinsey & Company, Inc., 2010.
2. Brigham, E. F., Ehrhardt, M. C.: Financial Management, 14th Edition, Thomson, South-Western, 2014.
3. Hitchner, J. R.: Financial Valuation, Applications and Models, John Wiley & Sons, Inc., 2013.
4. Bloomberg Professional Terminal
5. yahoo.finance.com

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský

Poznámky:

Poznámky:

Budeme používať prednášky a budú distribuované počas semestra. Poznámky k prednáškam sú samostatné, preto sa nevyžaduje žiadna učebnica. Pre tých z vás, ktorí chcú okrem učebnice používať učebnicu, odporúčame použiť:

Brigham, E.F., Ehrhardt, M. C. : Financial Management, 14. vydanie, Thomson, South-Western, 2014.

Táto učebnica môže byť použitá ako čítanie na pozadí pre tých z vás, ktorí chcú čítať pred prednáškou alebo sa ponoriť hlbšie do materiálu. Táto učebnica je k dispozícii online na adrese Amazon.com a je k dispozícii aj v knižnici FMUK.

V tomto kurze sa uskutoční niekoľko štúdií. Prípady sú určené na to, aby vám pomohli pochopiť materiál kurzu a pripravili vás na vlastný projekt.

Ohlásim vo svojej triede, kedy by ste mali začať pripravovať svoj vlastný projekt a kedy budú projektové riešenia v triede. Riešenia pre projekt sa budú diskutovať v triede. Môžete pracovať samostatne alebo s inými študentmi na projekte. Musíte však napísať svoje individuálne riešenie pre váš projekt a zaplatiť ho za úver. Ak pracujete s inými študentmi, uveďte si ich názov na vašom riešení.

Pridajte počítač do triedy. Na výpočet použijeme program MS Excel.

Počas kurzu budeme využívať Bloomberg Professional Terminal ako zdroj finančných údajov.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 73

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
79,45	0,0	10,96	1,37	6,85	1,37	0,0	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 14.03.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/040M/00	Názov predmetu: Ochrana informácií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Celkové hodnotenie bude udelené za test, seminárnu prácu a prezentáciu na vybranú tému: test -40%, seminárna práca – 40%, prezentácia na vybranú tému 20% Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 2 hodiny prednáška týždenne, 2 hodiny cvičenia týždenne Metóda akou sa vzdelávacia činnosť uskutočňuje: prezenčná Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 2 hodiny seminár týždenne/ 28 hodín za semester. Metóda akou sa vzdelávacia činnosť uskutočňuje: prezenčná	
Výsledky vzdelávania: Objasniť zložitosť a rozsah problému zabezpečenia systémov pre spracovanie údajov a poskytovanie informácií s dôrazom na úlohu manažéra v procese budovania a prevádzkovania takýchto systémov. Po úspešnom absolvovaní budú študenti schopní riadiť oblasť IS / ICT a vo firme, uplatňovať princípy IS / IT a informačnej bezpečnosti vo svojej manažerskej činnosti na pozíciách v rámci IT i mimo IT, a pôsobiť v rámci systému Riadenia informačnej bezpečnosti vo firme, vo všetkých fázach vývoja životného cyklu informačného systému vo všetkých manažérskych pozíciách	
Stručná osnova predmetu: Všeobecné základy bezpečnosti a vymedzenie pojmu „bezpečný informačný systém“. Základné technické a programové prostriedky ochrany IS. Špecifiká bezpečnosti v sieťach. Bezpečnosť a proces vzniku IS. Bezpečnosť a prevádzka IS. Ľudský faktor a bezpečnostná kultúra organizácie. Základné bezpečnostné princípy. Audit IS.	
Odporúčaná literatúra: Engebretson P.: The Basics of Hacking and Penetration Testing: Ethical Hacking and Penetration Testing Made Easy (Syngress Basics Series), 2011, ISBN-13: 978-1597496551 Scambray J., Liu V., Sima C. Hacking Exposed Web Applications, Third Edition, 2010, ISBN-13: 978-0071740647 TIPTON, H F. -- KRAUSE, M. Information security management [elektronický zdroj]: handbook. [S.l.]: Auerbach Publications, 2007. 978-1-4200-6045-4 Stallings, W.; Brown, L.: Computer Security, Principle and Practise, 2nd Edition, Prentice Hall, 2011, ISBN-10: 0132775069;	

Stallings, W.: "Cryptography and Network Security: Principles and Practice", 5th Edition.
Prentice Hall, 2010, ISBN-10: 0-13-609704-9

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 291

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
41,24	0,0	14,09	19,24	10,31	8,93	6,19	0,0

Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Mgr. Ivan Osvald, Mgr. Vincent Karovič, PhD.,
PhDr. Peter Veselý, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 16.02.2016

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/OSS/11				Názov predmetu: Open Source softvér			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade so študijným poriadkom FM UK. Hodnotenie je zamerané na hodnotenie schopností a pracovných návykov študentov, ktoré sú hodnotené metódou OCTO v AKVA fázach: Objektivita (Objective) 25% Komplexnosť (Complexity) 25% Tímová práca (Team work) 25% Výstupy (Outputs) 25% Spolu je pridelených max. 100 bodov/semester, pričom v jednotlivých fázach AKVA je možné získať nasledovné body: Analytická – 20 bodov, Koncepcná – 20 bodov, Verifikačná – 20 bodov, Argumentačná – 40 bodov Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, anglický jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 100							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Mgr. Vincent Karovič, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 09.02.2018							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/039M/00	Názov predmetu: Organizačné správanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): No prerequisites.	
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 jazyk

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 3546

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
21,66	0,0	25,72	22,19	12,92	12,86	4,46	0,2

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

Dátum poslednej zmeny: 16.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KEF/270M/16				Názov predmetu: Organizovanie a fungovanie inštitúcií EÚ			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 8							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
12,5	0,0	0,0	12,5	25,0	12,5	37,5	0,0
Vyučujúci: PhDr. Gabriela Bérešová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/066M/16	Názov predmetu: Orientácia a rozvoj v oblasti kariéry
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Podmieňujúce predmety: Základy personálneho manažmentu	
Podmienky na absolvovanie predmetu: prípadová štúdia (50%), záverečná skúška (50%) Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť budúcim absolventom prehľad v oblasti plánovania kariéry, štandardných a alternatívnych kariérnych dráh, typov kariéry, kariérnych kotiev a tradičných absolventských pracovných pozícií a pomôcť im tak uskutočniť rozhodnutia v prípravnom štádiu na svoju vlastnú budúcu kariéru.	
Stručná osnova predmetu: Plánovanie a manažment kariéry ako súčasť manažmentu ľudských zdrojov Analýza, popis a špecifikácia pracovnej pozície Typológia pracovných pozícií v organizáciách Proces získavania zamestnancov – súčasné trendy Kariérne kotvy a ich význam v prípravnom štádiu kariéry Profil absolventa	
Odporúčaná literatúra: Carbery, R., Cross, C. 2013. Human Resource Management – A Concise Introduction. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan. Vybrané prípadové štúdie	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický jazyk	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 11							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. Mgr. Jana Fratričová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 12.02.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/123M/19				Názov predmetu: Podnikové IT stratégie			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 46							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
71,74	0,0	26,09	0,0	0,0	0,0	2,17	0,0
Vyučujúci: PhDr. Peter Veselý, PhD., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/047_M/12	Názov predmetu: Podnikové komunikačné systémy
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade so študijným poriadkom FM UK. Hodnotenie je zamerané na hodnotenie schopností a pracovných návykov študentov, ktoré sú hodnotené metódou OCTO v AKVA fázach: Objektivita (Objective) 25% Komplexnosť (Complexity) 25% Tímová práca (Team work) 25% Výstupy (Outputs) 25% Spolu je pridelených max. 100 bodov/semester, pričom v jednotlivých fázach AKVA je možné získať nasledovné body: Analytická – 20 bodov, Koncepcná – 20 bodov, Verifikačná – 20 bodov, Argumentačná – 40 bodov Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Študent absolvovaním predmetu získa zručnosti v oblasti podnikových komunikačných systémov využitím programového vybavenia, ktoré má fakulta k dispozícii a získa hlbšie teoretické poznatky z oblasti komunikačných systémov využívaných v súčasnosti a podnikovej praxi. Vzdelávanie je v alternatívnej forme rozdelené do 4 fáz AKVA – Analytická (2-4 týždne), Koncepcná (2-4 týždne), Verifikačná (1-3 týždne), Argumentačná (1-3 týždne).	
Stručná osnova predmetu: Téma 1: Úvod do informačných technológií používaných na prenos informácií v privátnych komunikačných sieťach Téma 2: Úvod do telekomunikácií Téma 3: ISDN Téma 4: DSL Téma 5: Optické siete Téma 6: Princípy ATM Téma 7: Prenosové zariadenia Téma 8: Mobilné telekomunikácie Téma 9: Satelitné komunikácie Téma 10: X.25 Téma 11: Frame Relay Téma 12: Hlas cez Internet	
Odporúčaná literatúra:	

- [1]. DODD, Annabel Z., 2012. The Essential Guide to Telecommunications. 5 edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. ISBN 978-0-13-705891-4.
- [2]. FREEMAN, Roger L., 2013. Fundamentals of Telecommunications, 2nd Edition. 2 edition. United States#: Hoboken, N.J: Wiley-IEEE Press. ISBN 978-0-471-71045-5.
- [3]. RODRIGUEZ, Jonathan, 2015. Fundamentals of 5G Mobile Networks. 1 edition. Chichester, West Sussex, United Kingdom: Wiley. ISBN 978-1-118-86752-5.
- [4]. VERMILLION, Wayne a Cisco Systems INC, 2003. End-to-End DSL Architectures. 1 edition. Place of publication not identified: Cisco Press. ISBN 978-1-58714-240-6.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

slovak language, english language

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 224

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
80,36	0,0	14,29	3,57	0,0	0,0	1,79	0,0

Vyučujúci: Dr. Natalia Kryvinska, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 09.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/103_M/12				Názov predmetu: Poist'ovacie systémy z právneho pohľadu			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Pracovné právo							
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktívna účasť na seminároch, celkové 100% hodnotenie predmetu predstavuje písomná skúška Váha priebežného / záverečného hodnotenia: záverečné - 100 %							
Výsledky vzdelávania: Orientácia v oblasti práva sociálneho zabezpečenia s dôrazom na poisťovacie systémy v rámci sociálneho poistenia a zdravotného poistenia. Zabezpečenie správnej interpretácie a aplikácie platných právnych úprav v praxi s ohľadom na postavenie zamestnanca, manažéra, zamestnávateľa, podnikateľa v poisťovacom systéme. Dotvoriť profil absolventa a pripraviť ho na možnosť výkonu manažéra s právnym vedomím.							
Stručná osnova predmetu: Sociálne práva občanov, poisťný systém (zdravotné poistenie, nemocenské poistenie, starobné poistenie, invalidné poistenie, úrazové poistenie, garančné poistenie, poistenie v nezamestnanosti), osobný rozsah poisťných vzťahov, vecný rozsah poisťovacieho systému, pracovnoprávne vzťahy a poisťovací systém, sociálne zabezpečenie samostatne zárobkovo činných osôb.							
Odporúčaná literatúra: [1] MATLÁK, Ján et al. Právo sociálneho zabezpečenia. 2. Vyd. Plzeň, Aleš Čeněk, 2012. 356 s. ISBN 978-80-7380-403-9.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovesnký							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 137							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
90,51	0,0	7,3	2,19	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. Ján Matlák, CSc., doc. JUDr. PhDr. Silvia Treľová, PhD.							

Dátum poslednej zmeny: 07.11.2017
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KEF/192AM/17			Názov predmetu: Praktické finančné trhy I				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: I., II.							
Podmieňujúce predmety:							
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Intro to financial markets							
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Continuous 50%Final test 50%							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: English							
Poznámky: English							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 64							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
48,44	0,0	17,19	17,19	6,25	10,94	0,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, PhD., MBA							
Dátum poslednej zmeny: 21.01.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/193AM/17	Názov predmetu: Praktické finančné trhy II
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 100%	
Výsledky vzdelávania: Predmet predstavuje trhy s úrokovými sadzbami, pričom vychádza z osnôv certifikátu / diplomu ACI - združenia pre finančné trhy (ACI certifikát / diplom býva regulátormi požadovaný na pozície dealingových útvarov bánk). Kurz sa zameriava na praktické aplikácie kľúčových konceptov s mnohými príkladmi / prípadovými štúdiami. Na konci semestra študenti porozumejú hlavným nástrojom, technikám a stratégiám, ktoré používajú tvorcovia a užívatelia trhu pri obchodovaní, zaisťovaní a arbitráži na trhoch s úrokovými sadzbami. Vhodné pre obchodníkov v bankách, predajcov, maklérov, správcov fondov, manažérov rizík, zamestnancov korporátnych útvarov Treasury a pracovníkov back office.	
Stručná osnova predmetu: Výpočty návratnosti: očakávaný vs požadovaný výnos. Krátkodobé a dlhodobé výnosy, spotové/forwardové úrokové sadzby a výnosové krivky. Základné typy výnosov na peňažných trhoch a trhoch s pevným príjmom: výnosy z držby, diskontné sadzby, efektívne ročné výnosy, výnos do splatnosti. Inštitúcie pôsobiace na trhu s úrokovými sadzbami: banky, podniky, poisťovne, penzijné fondy, správcovia fondov, hedžové fondy. O-T-C vs organizované trhy, systematická internalizácia, obchodné platformy, tvorcovia trhu, užívatelia trhu, makléri, zúčtovacie centrá. Kľúčové aktivity na trhoch s úrokovými mierami: investovanie, zaistenie, obchodovanie, arbitráž, správa aktív a pasív. Hotovostné produkty. Peňažný trh: vklady, štátne pokladničné poukážky, depozitné certifikáty, repo obchody, obchodné cenné papiere, Trhy s pevným príjmom: štátne pokladničné poukážky, korporátne a bankové dlhopisy, cenné papiere kryté hypotékami, dlhové záruky, Structured products: various combinations of cash and derivative products. Deriváty: FRA, futures na krátkodobé úrokové sadzby, futures na dlhopisy, úrokové swapy, jednoduchové swapy, krížové swapy úrokových sadzieb, záruky úrokov, cap, floor, collar, swapie. Štruktúrované produkty: kombinácie hotovostných produktov a derivátov. Riadenie aktív a pasív (ALM): úrokové riziko, ALM v bankách, poisťovne a správcovia investícií.	
Odporúčaná literatúra:	

1. „FINANCIAL INSTRUMENTS, THE HANDBOOK“. LEX VAN DER WIELEN, ISBN 978-90-816351-3-4, THE FINANCIAL MARKETS ACADEMY, LONDON 2011 2. „TREASURER’S HANDBOOK”. HANNES ENTHOFFER, PATRICK HAAS, ISBN-10 3714302387, LINDE VERLAG, FRANKFURT 2013 3. “CFA LEVEL I, II, III”. CFA INSTITUTE, ISBN 978-1-939515, WILEY, NEW YORK 2015,							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 56							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
1,79	0,0	46,43	10,71	10,71	28,57	1,79	0,0
Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, PhD., MBA							
Dátum poslednej zmeny: 25.01.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/160M/16				Názov predmetu: Prax			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 977							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
78,2	0,0	16,17	2,87	0,1	0,31	2,05	0,31
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Mgr. Andrea Studeničová, prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/041M/00	Názov predmetu: Priamy marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 70% - aktívna účasť (v prípade neospravedlnenej neúčasti strata 10%) - semestrálny projekt (v rámci 4-členných skupín študentov – 70%) 30% - záverečný písomný test (opravné termíny – ústna skúška) Celkové hodnotenie študentov pozostáva zo súčtu bodov za vypracovaný semestrálny projekt, priebežné hodnotenie a aktívnu účasť a z bodov získaných za záverečný písomný test. Semestrálny projekt je komplexne hodnotený vzhľadom na jeho kvalitu. Jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe získaného celkového počtu bodov, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Pomer priebežného a záverečného hodnotenia je 70 : 30. Semestrálny projekt pozostáva z vypracovania návrhu na realizácie akcie, resp. kampane priameho marketingu. Východiskovú pozíciu tvorí výber firmy, produktu a jeho značky, následne zdôvodnenie využitia priameho marketingu. Projekt má ďalej zahŕňať stanovenie cieľov, definovanie cieľového segmentu trhu, výber nástrojov priameho marketingu a jeho zdôvodnenie, výber médií a ich zdôvodnenie (intermediálny a intramediálny výber), návrh kreatívneho konceptu, časový harmonogram, rozpočet, analýza bodu zlomu, spôsob zaznamenávania spätnej väzby a priebežného monitorovania priebehu akcie/kampane priameho marketingu, návrh zhodnotenia jej priebehu. Rozsah nie je stanovený. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť teoretické vedomosti študentom špecializácie marketing z oblasti priameho marketingu, ako i praktické tipy pre ich úspešné uplatnenie v praxi. Dôraz je kladený na čo najefektívnejšie využitie možností jednotlivých aktivít priameho marketingu v komunikácii s cieľovou skupinou (zákazníkom). Štruktúra predmetu zohľadňuje dôvody nárastu významu uplatňovania priameho marketingu ako špecifického prístupu k trhu a jednotlivým cieľovým segmentom trhu v poslednom desaťročí. Všíma si však aj relatívny význam konkrétnych nástrojov priameho marketingu a problémy pri ich implementácii a hlavne dôležitosť vytvárania a udržiavania databáz a ich využitia ako marketingového nástroja.	
Stručná osnova predmetu: 1. Priamy marketing – úvod do problematiky	

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

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 424							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
49,06	0,0	35,85	11,08	1,89	0,24	1,89	0,0
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.KEF/308M/18	Názov predmetu: Prípadové štúdie k európskej ekonomickej integrácii
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): FM.KEF/095B/00 Medzinárodné ekonomické právo, FM.KEF/ 252M/16 Európska ekonomická integrácia	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné skúšanie hodnotené podľa systému FM UK, účasť a aktivita na vyučovaní, PPT prezentácie, odborné preklady.	
Výsledky vzdelávania: Zavedenie predmetu sa hodnotí ako nevyhnutná spoločenská potreba vzhľadom na členstvo Slovenskej republiky v Európskej únii a z toho vyplývajúce následky pre spoločnosť a jednotlivca. Študenti získajú praktickejší pohľad na túto agendu cez prípadové štúdie k európskej ekonomickej integrácii a k uplatňovaniu právnych aktov EÚ na Slovensku a v nemecky hovoriacich krajinách.	
Stručná osnova predmetu: 1. Prípadové štúdie Slovensko 2. Prípadové štúdie Rakúsko 3. Prípadové štúdie Nemecko 4. Hospodárske a obchodné aktivity Nemecka v rámci EÚ 5. Hospodárske a obchodné aktivity Rakúska v rámci EÚ 6. Európska susedská politika 7. Migračná politika v EÚ	
Odporúčaná literatúra: 1. Zmluva o Európskej únii, Ú. v. EÚ C 83 z 30.3.2010 2. Zmluva o fungovaní Európskej únie, Ú. v. EÚ C 83 z 30. 3. 2010 3. Borchhart. K-D ABC práva Európskej únie, Luxemburg, 2010, s. 131, ISBN 978-92-78-40525-4. 4. Wefers, J., Länderstrukturen im deutschsprachigen Wirtschaftsraum, Wolters Kluwer 2018. ISBN 978-80-7598-079-3 5. Nováčková, D. : Základy európskeho práva pre manažérov, Bratislava: EPOS, 2012, 239 s. ISBN 978-80-8057-970-8 5. Klump Rainer : Wirtschaftspolitik, Instrumente, Ziele und Institutionen, Munchen, ISBN 978-3-8273-7238-3, 2006	

6. Právne akty Únie článok 288 ZFEÚ							
7. Lisabonská zmluva článok 289, 290, 291 ZFEÚ sekundárne právne akty: nariadenia, smernica, rozhodnutia, odporúčania a stanoviská.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Nemecký jazyk (B1)							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 14							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
57,14	0,0	14,29	28,57	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 28.08.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KEF/194FJM/15				Názov predmetu: Prípadové štúdie z podnikových financií /FJ/			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 29							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
93,1	0,0	0,0	3,45	0,0	0,0	3,45	0,0
Vyučujúci: doc. Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., Mgr. Anna Jurišová							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KEF/115M/16				Názov predmetu: Regionálna a ekonomická politika EÚ			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade s Vnútorným predpisom č. 20/2017 (Študijný poriadok UK) a je zamerané na hodnotenie získaných schopností a návykov absolventov predmetu primárnym využitím hodnotiacich metód AKVA (analýza, koncepcia, verifikácia, argumentácia)/CÚSP(cieľovosť, úplnosť, spolupráca, prejavy).							
Výsledky vzdelávania: Študent absolvovaním predmetu získa základné vedomosti o problematike REP EÚ, overované na praktických prípadoch. Predmet je zameraný na rozvoj tvorivého manažérskeho myslenia.							
Stručná osnova predmetu: Priority regionálnej ekonomiky a politiky na obdobie 2014 – 2020, zdroje pre regionálny rozvoj členských štátov EÚ, inštitúcie a orgány zodpovedné za regionálnu ekonomiku a politiku EÚ, Inštitúcie a orgány zodpovedné za regionálnu ekonomiku a politiku, ukazovatele regionálneho rozvoja. Princípy a nástroje pre regionálnu politiku v EÚ.							
Odporúčaná literatúra: PAWERA, R. a kol. (2014) Regionálna politika a politika súdržnosti EÚ. UK, Bratislava 2014, ISBN 978-80-223-3549-2, 306s.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 172							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
61,63	0,0	18,02	12,79	4,65	0,0	0,58	2,33
Vyučujúci: doc. PhDr. René Pawera, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 15.02.2018							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

Zadávateľia reklamy. Reklamné agentúry. Média a ich reprezentanti. Výskumné agentúry. Zákazník z pohľadu reklamy. Výdavky na reklamu. 7. Spoločenské, etické a regulačné aspekty reklamy I. Etická samoregulácia. Etické kódexy. Rada pre reklamu. Arbitrážna komisia RPR. 8. Spoločenské, etické a regulačné aspekty reklamy II. Legislatívny rámec reklamy na Slovensku. Dozorné orgány. 9. Analýza vybraných súčasných reklamných kampaní v SR. 10. Aktuálne problémy reklamy vo svete i na Slovensku.							
Odporúčaná literatúra: • ŠTARCHOŇ, P.: Vademecum reklamy. Vybrané teoretické aspekty. Bratislava: UK 2004. • VYSEKALOVÁ, J. – MIKEŠ, J.: Reklama. Jak dělat reklamu. Praha: Grada Publishing 2007. • HORŇÁK, P.: Reklama. teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingovej komunikácie. Zlín: VeRBuM, 2010. • ARENS, W. – WEIGOLD, M. – ARENS, CH.: Contemporary Advertising, 13e. McGraw-Hill 2010. • BOVEÉ, C. L.: Contemporary Advertising. McGraw-Hill 2006. • TELLIS, G. J.: Reklama a podpora prodeje. Praha: Grada Publishing 2000. • OGILVI, D.: O reklamě. Praha: Management Press 1996. • SCHULTZ, D.: Moderní reklama. Praha: Grada 1995. • ProQuest – database • Marketing Science and Inspirations, Marketing magazine, Stratégie Doplnujúca literatúra: • Zákony a vyhlášky (Zákon o reklame, Obchodný zákonník, Zákon o hospodárskej súťaži, Zákon o ochrane spotrebiteľa, Zákon o štátnom jazyku, Zákon o pozemných komunikáciách, Zákon o vysielaní a retransmisii) • Etické kódexy. • Vzhľadom na nové a dostupné zdroje bude priebežne aktualizovaná.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ, AJ							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 325							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
59,08	0,0	27,38	9,85	1,85	0,0	1,85	0,0
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.KIS/345M/19				Názov predmetu: Relaxačné techniky pre manažérov			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 2							
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: 62							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
93,55	0,0	3,23	0,0	0,0	1,61	1,61	0,0
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/052M/00	Názov predmetu: Riešenie konfliktov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Individuálna semestrálna práca (30%), tímová prezentácia (40%), aktívna účasť na riešení úloh na seminároch (30%).	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s problematikou riešenia konfliktov na pracovisku, rôznymi oblastami 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. 11. Študentské prezentácie.	
Odporúčaná literatúra: Plamínek, J. Konflikty a vyjednávaní. Praha: Grada, 2009, 2. vyd. ISBN 978-80-247-2944-2 Negotiation. Boston: Harvard Business School Press, 2003. ISBN 978-1-59139-111-1 Journal of HRM. Comenius University in Bratislava, Faculty of Management, Slovakia	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 298							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
78,52	0,0	10,4	4,03	2,68	1,01	3,36	0,0
Vyučujúci: Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD., doc. Mgr. Jana Fratričová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 13.02.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 92

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
70,65	0,0	11,96	2,17	7,61	2,17	5,43	0,0

Vyučujúci: doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Mgr. Juraj Mikuš, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/099M/19				Názov predmetu: Seminár k Business Intelligence			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/110M/00	Názov predmetu: Sociálna politika EÚ
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. Aktívna účasť 2. Spracovanie riešenia problémovej situácie (praktické príklady uplatňovania koordinácie systémov sociálneho zabezpečenia v SR) Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: The subject provides up-to-date information on the development and principles of EU Social Policy and its impact on the labor market and entrepreneurship in the European Union.	
Stručná osnova predmetu: 1. Aktéri vo formovaní európskej sociálnej agendy (Inštitúcie a orgány EÚ, Európske odborové a zamestnávateľské konfederácie...) 2. Čo je sociálna politika a aké sú jej ciele? Sociálne modely v európskej únii (škandinávsky, anglosaský, kontinentálny, stredomorský), Európsky sociálny model a jeho základné princípy. 3. Sociálna politika EÚ. Aké postavenie má sociálna politika EÚ v rámci politík EÚ? Sociálna politika EÚ a stratégia EÚ 2020 4. Európsky trh práce. Základné charakteristiky národných trhov práce. Reforma trhov práce. Trh práce a vzdelávanie. 5. Ochrana práv pracujúcich a regulácia trhu práce. Mala by existovať európska minimálna mzda? 6. Koordinácia systémov sociálneho zabezpečenia a jej význam pre jednotný európsky trh I 7. Koordinácia systémov sociálneho zabezpečenia a jej význam pre jednotný európsky trh II 8. Rovnosť mužov a žien a antidiskriminácia na trhu práce. 9. Štrukturálne fondy ako nástroj sociálnej politiky EÚ: Európsky sociálny fond, EASI a ďalšie 10. Diskusia – potrebuje Európa viac integrácie v oblasti sociálnej politiky?	
Odporúčaná literatúra: 1. John McCormick: Understanding European Union, Palgrave Macmillan, 2014 2. Oficiálne stránky inštitúcií EÚ (www.europa.eu) 3. Stránky informujúce o koordinácii systémov sociálneho zabezpečenia, napr. „Systém sociálnej ochrany MISOOC“ http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=815&langId=sk 4. Média informujúce o problematike EÚ: (www.euractiv.sk , www.euractiv.com , www.euobserver.com)	

5. Stránky partnerov v európskom sociálnom dialógu: (www.businessseurope.eu, www.etuc.org)							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 83							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
75,9	0,0	14,46	4,82	1,2	2,41	1,2	0,0
Vyučujúci: Mgr. Janka Kottulová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 09.03.2018							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KMk/111M/18				Názov predmetu: Sociálne siete a obsahový marketing			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 60							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
75,0	0,0	3,33	5,0	1,67	0,0	15,0	0,0
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KMk/048M/00			Názov predmetu: Spoločenský marketing				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. priebežná práca na seminároch – aktívne sa zapájanie študenta , študent si musí pripraviť 5 prípadových štúdií na aktuálne dianie týkajúce sa výberového predmetu cca 70% 2. priebežný test počas semestra, počet testových otázok - 3 - cca 30% Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0							
Výsledky vzdelávania: Študenti si rozšíria podstatne svoje vedomosti o znalosti z oblasti spoločenského marketingu alebo sociálneho marketingu, čo je podčasť spoločenského marketingu.							
Stručná osnova predmetu: Definícia spoločenského marketingu – teoretické využitie poznatkov od rôznych autorov. 2. Príklady z podnikateľskej praxe, zdôvodnenie. 3. Ďalšie smerovanie využívania spoločenského marketingu. 4.Sociálne zodpovedné podnikanie – definícia, aplikácia na hospodársku prax. 5. Dôvody spolupráce ziskových a neziskových organizácií							
Odporúčaná literatúra: 1. Bartáková, G. - Cibáková, V. 2007. Základy marketingu. Bratislava: Iura Edition, 2007. 224 s.ISBN 978-80-8078-156-9 2. Majdúchová, H. a kolektív :Neziskové organizácie. Bratislava: Sprint 2007 3. Rektořík, J. a kolektív:Organizace neziskového sektoru. Praha: Ekopress 2007 4. aktuálna legislatíva, ktorá sa týka neziskových organizácií a diania okolo nich							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 188							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
89,36	0,0	4,79	2,66	1,06	1,06	1,06	0,0

Vyučující: doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 06.03.2018
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/053M/09	Názov predmetu: Spracovanie dát pre manažment a marketing (Data mining I.)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Viacrozmerné štatistické metódy - hlavne logistická regresia	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Úvod do hĺbkovej analýzy dát (data mining) – základné pojmy a definície, SEMMA metodológia, úvod do práce v SAS Enterprise Miner, tvorba projektov, resp. procesných diagramov, klasifikácia uzlov (nodes). •Príprava dát pre modelovanie – nahradzovanie chýbajúcich hodnôt (Imputation, Replacement), distribučná analýza premenných, transformácia premenných pre vstup do modelov. •Metódy klasifikácie a segmentácie - zhluková analýza, metóda k-priemerov (k-means clustering), segmentácia zákazníkov. •Analýza nákupného koša – asociačná analýza, sekvenčná analýza, analýza nákupného koša. Úvod do prediktívneho modelovania (priamy data mining) – základné pojmy, druhy prediktívnych modelov. •Prediktívne modelovanie pomocou rozhodovacích stromov – úvod do rozhodovacích stromov, druhy rozhodovacích stromov, tvorba a interpretácia rozhodovacích stromov, porovnávanie a hodnotenie modelov rozhodovacích stromov. •Prediktívne modelovanie pomocou regresných modelov – lineárna a logistická regresia, odhad parametrov regresných modelov a ich interpretácia, metódy výberu premenných do modelu (Forward, Backward, Stepwise). •Výber premenných do prediktívnych modelov – metódy selekcie premenných a Enterprise Miner (Variable Selection Node). •Prediktívne modelovanie pomocou neurónových sietí – úvod do problematiky, základné pojmy, neurón, Multilayer Perceptron, tréning neurónovej siete, vizualizácia modelov. •Hodnotenie a implementácia modelov – metódy porovnávania modelov, lift chart, profit chart, ROC chart, kombinovanie modelov, generovanie a použitie skórovacieho kódu.	
Odporúčaná literatúra:	

- Berry, M.J.A., Linoff, G.: Data mining Techniques. For Marketing, Sales, and Customer Relationship management. Second Edition. Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, Indiana, 2004
- Parr Rud, O.: Data mining. Computer Press, Praha, 2001.
- Materiály SAS: Aplikovaná hĺbková analýza so softvérom SAS Enterprise Miner 5.3
- Stankovičová I., Vojtková M.: Viacrozmerné štatistické metódy s aplikáciami. IURA EDITION, Bratislava 2007.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 48

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
39,58	0,0	41,67	10,42	4,17	0,0	4,17	0,0

Vyučujúci: doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/054M/09			Názov predmetu: Spracovanie dát pre manažment a marketing (Data mining II.)				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Viacrozmerné štatistické metódy - hlavne logistická regresia Spracovanie dát pre manažment a marketing (data mining II.)							
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu: Úvod do tvorby skórovacích modelov - teória: základné pojmy a definície, teória z oblasti modelovacích metód používaných pre tvorbu skórovacích kariet. Praktický príklad v SAS Enterprise Miner, časť Credit Scoring: 1. príprava údajov pre skórovací model (čo je WOE, uzol Interactive Grouping), 2. tvorba skórovacieho modelu (logistická regresia a interpretácia výsledkov), 3. skórovacia karta ako výsledok skóringového procesu modelovania - použitie a interpretácia.							
Odporúčaná literatúra: •Berry, M.J.A., Linoff, G.: Data mining Techniques. For Marketing, Sales, and Customer Relationship management. Second Edition. Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, Indiana, 2004 •Parr Rud, O.: Data mining. Computer Press, Praha, 2001. •Materiály SAS: Prediktívne modelovanie s použitím softvéru Enterprise Miner 5.3 •Stankovičová I., Vojtková M.: Viacrozmerné štatistické metódy s aplikáciami. IURA EDITION, Bratislava 2007.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 26							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
61,54	0,0	30,77	3,85	0,0	0,0	3,85	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD.							

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/101M/13				Názov predmetu: Spracovanie údajov I - SQL			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 7							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
71,43	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	14,29	14,29
Vyučujúci: Ing. Miroslav Baláž, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/103M/13				Názov predmetu: Spracovanie údajov II - VBA			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 12							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
58,33	0,0	25,0	16,67	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/050M/00	Názov predmetu: Správanie zákazníkov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je oboznámiť študentov so správaním zákazníkov v prepojení na ostatné funkcie marketingu, vyzdvihnúť dôležitosť riadenia zákazníckeho správania a poskytnúť reálne aplikácie nadobudnutých teoretických poznatkov.	
Stručná osnova predmetu: Správanie zákazníkov a výskum zákazníckeho správania Marketingové stratégie pre organizácie orientované na zákazníka Úvod do procesu rozhodovania o nákupe Proces rozhodovania o nákupe Individuálne determinanty správania zákazníkov Vonkajšie vplyvy na správanie zákazníkov Spôsoby riadenia správania zákazníkov Meranie správania zákazníkov – marketingový výskum	
Odporúčaná literatúra: Blackwell, R.D. – Miniard, P.W. – Engel, J.F.: Consumer Behavior. 10.edn. Mason: Thomson Higher Education, 2005 Richterová, K a kol.: Spotrebiteľské správanie, Vydavateľstvo Ekonóm, Bratislava 2007. Kulčáková, M. - Richterová, K.: Spotrebiteľ na trhu, Sprint, Bratislava 1997. Richterová, K.: Štúdie segmentácie trhu. Vydavateľstvo Ekonóm, Bratislava 2002.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ, AJ	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 117							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
47,01	0,0	39,32	11,11	1,71	0,85	0,0	0,0
Vyučujúci: Mgr. Igor Tóth, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/032M/00	Názov predmetu: Strategický manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (60 percent), skúška v skúškovom období (40 percent). 60 percent počas semestra je možné získať za vypracovanie a prezentovanie riešení zadaných prípadových štúdií, vedenie diskusií na danú tému a kontrolné testovanie vedomostí počas semestra. Skúška v skúšobnom období je písomná.	
Výsledky vzdelávania: • Pochopenie podstaty stratégie a jej dôležitosti ako kritického faktora úspešnosti podniku. • Vnímanie dôležitosti uplatňovania strategického myslenia v manažmente a poznatky o možnostiach jeho zdokonaľovania. • Poznatky o súvislostiach vzniku a smeroch rozvoja teórie strategického manažmentu. Súčasné trendy v strategickom manažmente. • Rozlišovanie základných fáz procesu strategického manažmentu, ich zamerania, dôležitosti a vzájomnej previazanosti a podmienenosti. • Poznatky o analytických a analyticko-syntetických metódach a technikách strategického manažmentu a zručnosti získané s ich aplikáciou. • Dôležitosť a význam implementácie a kontroly v strategickom manažmente. Súčasné trendy, metódy a postupy, ktoré podporujú účinnosť strategického manažmentu v súčasnom neustále sa meniacom a ťažko predvídateľnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu 2. Stratégia ako kritický faktor úspešnosti organizácií. 3. Podpora a rozvíjanie strategického myslenia manažérov 4. Vývoj teórie stratégie, základné prístupy a smery rozvoja teórie. 5. Strategický manažment ako proces 6. Skúmanie faktorov z makroprostredia ako východisko pre tvorbu stratégie. 7. Skúmanie subjektov mikroprostredia a ich pôsobenia. 8. Skúmanie interného prostredia a našej pozície v externom prostredí. 9. Analyticko-syntetické techniky a tvorba konkurenčnej stratégie SBU. 10. Generálna stratégia firmy a portfóliové analýzy. 11. Implementácia stratégie a strategická kontrola.	

12. Zhrnutie a záver predmetu.							
Odporúčaná literatúra: [1] PAPULA, J., PAPULOVÁ, Z., PAPULA, J. : Strategický manažment, aktuálny koncept pre rýchlo sa približujúcu budúcnosť. Praha: Wolters Kluwer 2019 [2] HITT, M. A. – IRELAND, R. D. – HOSKISSON, R. E. 2005. Strategic Management. Competitiveness and Globalization. Thompson : South-Western, 2005. [3] PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. 2015. Stratégia a strategický manažment ako nástroje, ktoré umožňujú súperenie i spolužitie Dávida s Goliášom. Tretie, upravené vydanie. Bratislava : Wolters Kluwer 2015, 277 s. [4] PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. – PAPULA, J. 2014. Konkurenčné stratégie. Tradičné prístupy vs. nové pohľady a techniky. Bratislava : Wolters Kluwer, 2014, 175 s. [5] PAPULOVÁ, Z. 2012. Strategické analýzy s podporou strategického myslenia. Aktuálny trend v strategickom manažmente. Bratislava : Kartprint 2012, 230 s.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, alternatívne anglický jazyk, pre štúdium podpornej literatúry							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3200							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
22,72	0,0	25,16	20,72	15,78	14,53	0,84	0,25
Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 18.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/025M/00	Názov predmetu: Stratégia logistiky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie pozostáva z troch častí: a) aktívna účasť na seminároch 20%, b) riešenie prípadovej štúdie 30%, c) seminárna práca a jej prezentácia 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: Logistika a riadenie dodávateľských reťazcov sú pre priemyselné podniky a pre obchodné organizácie dôležitým zdrojom získania konkurenčnej výhody. Predmet poukazuje na strategický potenciál logistiky a vysvetľuje koncepty na strategickej úrovni riadenia dodávateľských reťazcov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Pojem a úlohy logistiky. 2. Strategický manažment logistiky. 3. Proces vývoja logistickej stratégie. 4. Metódy vývoja logistickej stratégie. 5. Logistické služby. 6. Štíhla logistika. 7. Agilná logistika. 8. Logistika zohľadňujúca životné prostredie. 9. Inovácie a nové technológie v logistike. 10. Prípadová štúdia.	
Odporúčaná literatúra: [1] Prezentácie a materiály k seminárom distribuované online počas semestra. [2] COHEN, S., ROUSSEL, J. Strategic supply chain management [online]. New York: McGraw-Hill, 2004. Dostupné v databáze ebrary: http://site.ebrary.com/lib/uniba/docDetail.action?docID=10152874 [3] SIMCHI-LEVI, D., KAMINSKY, P., SIMCHI-LEVI, E. Managing the supply chain: the definitive guide for the business professional [online]. New York: McGraw-Hill, 2004. Dostupné v databáze ebrary: http://site.ebrary.com/lib/uniba/docDetail.action?docID=10070033 [4] LAMBERT, D. M., STOCK, J. R., ELLRAM, L. M. Logistika. 2. vyd. Brno: CP Books, 2005. [5] DUPAL, A., BREZINA, I. Logistika v manažmente podniku. Bratislava: Sprint, 2006. [6] DELFMANN, W., ALBERS, S. Supply chain management in the global context [online]. Cologne: Dept. of General Management, Business Planning and Logistics of the University of Cologne, 2000. Dostupné na internete: http://www.spl.uni-koeln.de/fileadmin/user/dokumente/forschung/arbeitsberichte/arbb-102.pdf	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	

slovenský							
Poznámky: V zimnom semestri 2020/2021 je predmet vyučovaný online s použitím softvéru MS Teams. Detaily účasti študentov v online triede (mikrofón, kamera, zdieľanie obrazovky) budú komunikované na prvej online hodine.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 206							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
71,84	0,0	19,9	3,4	1,94	0,97	1,46	0,49
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 24.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/026M/00	Názov predmetu: Stratégia neziskových organizácií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Diplom bakalára v odbore manažment alebo ekonómia	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra, na cvičeniach, prezentovať vybranú tému a odovzdať ju ako prípadovú štúdiu. Projekt je individuálny, ide o porovnanie dvoch mimovládnych organizácií, ktoré majú podobné zameranie ale iné spôsoby presadzovania určitých ideí alebo princípov. MVO by mali byť väčšie, minimálne s národným pôsobením, alebo medzinárodná začlenené do medzinárodných štruktúr najmä preto, aby bolo posudzovať z rôznych hľadísk stratégiu a úspešnosť takejto organizácie. Môže ísť o klasické MVO s rôznym zameraním ale aj o korporátne MVO. Cieľom je porovnať marketingové stratégie vybraných MVO a zhodnotiť úspešnosť či neúspešnosť vybraných MVO a urobiť porovnanie – vlastný názor. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Priebežné 100%	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť študentom prehľad o manažmente a marketingových stratégiách, ktoré je možné uplatniť v mimovládnom sektore v rôznych typoch mimovládnych organizácií. Študenti by sa mali po absolvovaní predmetu orientovať v problematike mimovládnych organizácií doma i vo svete, oboznámiť sa so špecifickými typmi prístupov, stratégiami a marketingovými stratégiami, ktoré sa formujú pre potreby neziskového sektora a využívajú sa v jeho rámci, pričom snahou je poukázať na potrebu ich systematického koncipovania a implementácie. Pozornosť sa zameria na manažment a strategické marketingové aktivity MVO v SR, EÚ i vo svete, špecifické zručnosti manažéra v tomto sektore, potreby kvalifikovaného manažmentu pre mimovládne organizácie a možnosti, ktoré sa otvárajú v rámci Európskej únie.	
Stručná osnova predmetu: 1. Nezisková organizácia - mimovládny sektor MVO. Charakteristiky, vymedzenie, medzinárodné postavenie, fungovanie.. Špecifikácia voči neziskovému a verejnoprosprávnemu sektoru. 2. Typy mimovládnych organizácií v Slovenskej republike. Nadácie, Neinvestičné fondy, Občianske združenia, Nezisková organizácia. Miesto MVO v legislatíve EÚ. Charakteristiky, rozdiely a spoločné znaky. Význam a pôsobenie, vplyv na ekonomiku EÚ	

3. Organizácia, ktorej cieľom nie je zisk. Teoretické názory a praktické skúsenosti, špecifiká. Založenie, fungovanie a zánik neziskovej organizácie. Kritériá výkonnosti, zdroje rastu. Možná kategorizácia. Rozdielne a spoločné znaky.
4. Neziskový sektor a ziskový sektor .Poslanie neziskovej organizácie. Úlohy neziskového sektora v súčasnosti, ciele a ich vynáranie sa. Individuálne a spoločenské potreby. Manažment mimovládnej organizácie - spoločné znaky a rozdiely.
5. Strategické možnosti a príležitosti.Typy využiteľných strategických analýz, ich účel a cieľ, možnosti ich využitia a typy vyhodnocovania v špecifických podmienkach neziskovej organizácie. Ciele analýz a ich vyhodnocovanie.
- 6.Konkurenčná výhoda v MVO. Konkurenčná výhoda neziskovej organizácie, prečo a ako ju budovať, ako ju implementovať. Využívanie KV, zdieľanie KV. Partnerstvá mimovládnych organizácií. Komparatívne konkurenčné výhody.
7. Financovanie mimovládnej organizácie Modely financovania MVO Spôsoby a metódy získavania finančných prostriedkov na konkrétne účely, hospodárenie s nimi. Atypické metódy financovania projektov, zbierky a služby v mimovládnom sektore.
- 8.Marketingová stratégia MVO - dôvody, spôsoby špecifikácie, metódy marketingovej komunikácie a prezentácie svojej činnosti. Úspešné a neúspešné marketingové stratégie. Kritériá hodnotenia, časový faktor. Zdroje na marketingové stratégie
9. Riadenie MVO. Špecifiká riadiacej práce. Riadenie ľudských zdrojov - zamestnanci a dobrovoľníci. Manažment, riadiace orgány, predstavenstvá a poradné orgány. Riadiace štruktúry, ich funkčnosť, výkonnosť a efektívnosť. Funkčná a nefunkčná nezisková organizácia.
- 10.Rola strategických partnerstiev v neziskových organizáciách. Typy a formy partnerských vzťahov, štandardné a neštandardné podoby. Partner ako garant plnenia poslania organizácie. Možnosti a perspektívy rozvoja partnerských vzťahov, výhody a nevýhody.
- 11.Strategické marketingové ciele neziskového sektora. Najvýznamnejšie trendy. Dlhodobé perspektívy a ciele – podmienenosť a závislosť. Možnosti ovplyvňovania spoločnosti. Zdroje interného rastu, alokácia zdrojov.
12. Výberová téma - na základe požiadaviek a potrieb študentov.
13. Zhodnotenie predmetu a vyhodnotenie projektov

Odporúčaná literatúra:

ANHEIRER, K, H.:Nonprofit Organizations: Theory, Management, Policy, Business&Management, Heidelberg 2014, ISBN 97-8-0-415-55047-5

DRUCKER, P., F: Managing the Non-Profit Organization: Principles and Practices, Harper Collins e-books, Clearmont 2006, ISBN 978-0-06-085114-9

KUVÍKOVÁ, H.: Neziskové organizácie v Európskej únii. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Ekonomická fakulta, 2004, str. 6 - 7.

CANGÁR, M. - KRUPA, S. - MATEJ, V.: Mimovládne neziskové organizácie – Riadenie projektov. Bratislava : ŠEVT a.s., 2006, str. 7.

MAJDÚCHOVÁ, H. – DLUHÁ, M. – MARČEK, E.: Neziskové organizácie. Bratislava : SPRINT, 2004, str. 46.

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

www.changenet.sk

www.saia.sk www.civil.gov.sk

Zákonné normy uvedené v prednáškach

o neziskových organizáciách poskytujúcich všeobecne prospešné služby.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 105							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
80,95	0,0	11,43	2,86	1,9	1,9	0,95	0,0
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.KMn/099M/12	Názov predmetu: Súčasný trendy v praxi manažmentu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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: 533							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
85,74	0,0	6,94	2,25	1,69	0,75	2,44	0,19
Vyučujúci: prof. Ing. Ján Rudy, PhD., doc. Mgr. Jana Fratričová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 29.11.2017							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/003_M/15	Názov predmetu: Tvorba online projektov I
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Kurz prevedie študentov účinnou stratégiou pre založenie, vedenie a rast vlastného biznisu online. Metodika Inbound od medzinárodnej marketingovej platformy Hubspot pozostáva zo štyroch štádií (upútanie, konverzia, uzatvorenie, potešenie), ktorá robí z neznámych ľudí najväčších promotérov značky na internete.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: záverečný projekt Váha priebežného / záverečného hodnotenia: záverečné hodnotenie	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Cieľom kurzu je a) pochopiť základne fundamenty metodiky Inbound, b) vytvoriť efektívnu stratégiu pre vlastný projekt z bodu 0: - Definovanie projektu - Identifikovanie cieľových skupín - Vymedzenie nákupnej cesty a vytvorenie prospektov - Konverzia prospektov na zákazníkov - Vytvorenie pridanej hodnoty pre zákazníkov - evanjelizmus značky/love brand	
Odporúčaná literatúra: Lucy Tobin: Entrepreneur: How to Start an Online Business Shannon Belew, Joel Elad: Starting an Online Business All-in-One For Dummies Oksana Newman: Online Business Sourcebook	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 114							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
85,96	0,0	2,63	1,75	0,0	0,0	9,65	0,0
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 16.02.2018							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/011M/00	Názov predmetu: Vedenie ľudí
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 100 % priebežné hodnotenie obsahuje: aktívna účasť na hodinách, písomné úlohy počas semestra (krátke kvízy, test v strede semestra), výskumný projekt a jeho prezentácia na konci semestra. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom kurzu je sprostredkovať študentom nové, aktuálne poznatky z oblasti vedenia ľudí. Vychádza z organizačného správania a 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 sebahodnotenia 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. Virtuálne vedenie ľudí, vedenie na diaľku. 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. DuBrin, Andrew (2013). Principles of Leadership. 7th ed. Mason, South-Western Cengage Learning. Yukl, Gary (2013). Leadership in Organizations. 8th ed. Essex, Pearson Education Limited.	

Remišová, A., Lašáková, A., Rudy, J., Sulíková, R., Kirchmayer, Z., Fratričová, J. (2015). Etické vedenie ľudí v slovenskom podnikateľskom prostredí. Bratislava: Wolters Kluwer.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský a anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 411

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
63,02	0,0	23,36	9,73	1,95	0,73	1,22	0,0

Vyučujúci: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 16.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/072M/00				Názov predmetu: Viacrozmerné metódy v manažmente (SAS)			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Štatistika a Štatistické metódy							
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 0/100							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu: 1.DATA krok v systéme SAS - vytváranie SAS-dátových súborov importom a v programovom režime, modifikácia SAS-dátového súboru, spájanie a delenie SAS-dátových súborov, formáty premenných v SAS-dátových súboroch a transformácie premenných. 2.Logistická regresia. 4.Metódy viacrozmerného porovnávania – metóda poradí, metóda bodovacia, metóda vzdialenosti od fiktívneho objektu 5.Analýza hlavných komponentov (PCA). 6.Zhluková analýza – hierarchické metódy. 7.Zhluková analýza – nehierarchické metódy. 8.Faktorová analýza.							
Odporúčaná literatúra: I. Stankovičová - M. Vojtková: Viacrozmerné štatistické metódy s aplikáciami. IURA EDITION. Bratislava 2007. Subhash Sharma: Applied Multivariate Techniques. John Wiley & Sons, Inc. 1996.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 84							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
44,05	0,0	33,33	19,05	1,19	0,0	2,38	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD.							

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

3.Zmluva o fungovaní Európskej únie, Ú. v. EÚ C 83 z 30.3.2010							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: nemecky, anglicky, francúzsky							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 347							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
38,9	0,0	31,7	17,87	7,49	3,17	0,86	0,0
Vyučujúci: prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., Mgr. Janka Kottulová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 18.01.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/331M/16	Názov predmetu: Výskumné metódy v IT
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Attendance, literature research, field research, and writing a semestral paper. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100	
Výsledky vzdelávania: Learning Outcomes Upon successful completion of this subject, students should: • be able to identify and justify an appropriate research methodology for a research problem; • be able to determine and evaluate philosophical assumptions, underpinning research approaches and strategies; • be able to design a quantitative and/or qualitative research study for the chosen research problem; • be able to evaluate research design approaches to data collection. • review and critique research literature, research design and reported findings in a sub-discipline of IT; • communicate research findings, orally and in writing, in research and industry settings; • explain the ethical and professional issues that may arise in IT research and demonstrate them in practice; • identify, explain and critique major research philosophies and paradigms; • evaluate, select and justify research methods and techniques of data collection and analysis appropriate to particular research designs, projects and disciplines; • analyse and describe the technical, professional and socio-economic contexts that motivate research, and the implications of research outcomes; • design and carry out a rigorous and ethical research project and produce a report explaining the project, its design and interpretation of the results. • apply research skills to operate effectively as a member of a research project team.	
Stručná osnova predmetu: Learning Outcomes Upon successful completion of this subject, students should: • be able to identify and justify an appropriate research methodology for a research problem; • be able to determine and evaluate philosophical assumptions, underpinning research approaches and strategies;	

- be able to design a quantitative and/or qualitative research study for the chosen research problem;
- be able to evaluate research design approaches to data collection.
- review and critique research literature, research design and reported findings in a sub-discipline of IT;
- communicate research findings, orally and in writing, in research and industry settings;
- explain the ethical and professional issues that may arise in IT research and demonstrate them in practice;
- identify, explain and critique major research philosophies and paradigms;
- evaluate, select and justify research methods and techniques of data collection and analysis appropriate to particular research designs, projects and disciplines;
- analyse and describe the technical, professional and socio-economic contexts that motivate research, and the implications of research outcomes;
- design and carry out a rigorous and ethical research project and produce a report explaining the project, its design and interpretation of the results.
- apply research skills to operate effectively as a member of a research project team.

Odporúčaná literatúra:

Sources to Read:

Osei-Bryson, K.-M., & Ngwenyama, O. (2014). Advances in research methods for information systems research. New York, NY: Springer.

Alison Jane Pickard "Research Methods in Information, 2nd edition", 2013, Facet Publishing, London, ISBN 9781856048132.

Kirsty Williamson, Graeme Johanson "Research Methods: Information, Systems and Contexts", Tilde Publishing, 2013, ISBN 9780734611482.

Martin S. Olivier "Information Technology Research : A Practical Guide for Computer Science and Informatics - 2nd Revised edition", Van Schaik Publishers, South Africa, ISBN 9780627025761.

Sauer, Chris, Willcocks, Leslie P., Lacity, Mary C. (Eds.) "Formulating Research Methods for Information Systems, Volume 1", 2016, Palgrave Macmillan UK, eBook ISBN 978-1-137-50985-7, DOI 10.1057/9781137509857, Hardcover ISBN 978-1-137-50983-3.

Thomas Hansson "Handbook of Research on Digital Information Technologies: Innovations, Methods, and Ethical Issues", 2008, ISBN: 9781599049700, DOI: 10.4018/978-1-59904-970-0.

Vijay K. Vaishnavi, William Kuechler "Design Science Research Methods and Patterns: Innovating Information and Communication Technology, 2nd Edition", CRC Press, 2015, ISBN 9781498715263.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English language

Poznámky:

This subject familiarizes participants with a range of approaches used in information technology research, with an emphasis on approaches commonly used in practical settings. The advantages and limitations of different research approaches are examined, as well as their applicability in different information technology contexts. Experience is provided in the design of research studies, in the analysis and interpretation of data, and in report presentation. Participants acquire skills that are useful in the conduct of research agendas and in the critical evaluation of others' research work.

This subject also will enable students to choose and justify a research methodology from a broad range of quantitative and qualitative research methods relevant across the Information Technology (IT) discipline. Students will prepare a research plan incorporating a critique of existing knowledge, appropriate research methodology, suitable data collection techniques and an

outline of the ethical issues impacting their research topic. Students are provided the opportunity to write a substantial proportion of their methodology/data collection chapter and publish their preliminary work by identifying a publication outlet, such as a journal or conference, and providing the publication template.

Besides, this subject exposes students to research across the range of IT disciplines, preparing them to conduct research in their home discipline. It provides broad coverage of the issues, concepts, methods and techniques associated with Computer Science, Software Engineering, Information Systems and Information Management. It introduces students to major research philosophies and paradigms, the principles of research design, research ethics, and research methods and techniques of data collection and analysis appropriate to IT research generally and to their sub-discipline specifically. It covers oral and written communication skills.

Skills developed and knowledge acquired from this subject will prepare students to conduct and communicate their own research, as well as to be knowledgeable and critical interpreters of others' research.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 40

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
90,0	0,0	2,5	0,0	0,0	0,0	7,5	0,0

Vyučujúci: prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD., Mgr. Martina Halás Vančová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.04.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/302AM/17	Názov predmetu: Zručnosti pre úspech – z univerzity do praxe
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) prítomnosť na hodinách a aktívna participácia (max. povolená absencia 1x180 min) – 40 % b) odovzdané parciálne úlohy na každý zo 6 tematických okruhov – 30 % c) skupinová prezentácia vybranej témy zo sylabu kurzu na záverečnej hodine a spätná väzba svojim členom tímu – 30 % Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 70% / 30%	
Výsledky vzdelávania: Predmet o mäkkých zručnostiach, tzv. soft skills, potrebných na uplatnenie sa na trhu práce v rámci centier zdieľaných služieb má za cieľ poskytnúť študentom sadu efektívnych komunikačných nástrojov. Spoločnosti asociované v rámci Business Service Center Fóra (BSCF) pod hlavičkou Americkej obchodnej komory na Slovensku zamestnávajú vyše 29 000 zamestnancov na plný pracovný úväzok a identifikovali mäkké komunikačné zručnosti ako jedni z najdôležitejších a zároveň najmenej rozvinutých kompetencií čerstvých absolventov vstupujúcich na trh práce. Predmet má za cieľ prispieť k zvyšovaniu prierezových mäkkých zručností potrebných pre prax nie len v centrách zdieľaných služieb, ale široko uplatniteľných na trhu práce. Po absolvovaní predmetu budú študenti schopní v anglickom jazyku lepšie pracovať v tímovom medzinárodnom prostredí, efektívnejšie manažovať vlastný pracovný čas a asertívne komunikovať. Takisto budú jasnejšie formulovať a prijímať spätnú väzbu, riešiť konflikty vyvstávajúce na pracovisku, ako aj vytvárať pútavé prezentácie či aplikovať princípy dizajnu do každodennej komunikácie.	
Stručná osnova predmetu: Modul 1 – Skupinová práca (team work) – pokrytý primárne spoločnosťou Lenovo. Modul má za cieľ upozorniť na oblasť a význam spolupráce v kolektíve. Pomôže participantom pochopiť správanie, ktoré podporuje spoluprácu, buduje dôveru a prispieva k lepším a rýchlejšim výsledkom a angažovanosti. Predmetom výučby budú taktiež rolové hry správania, ktoré spoluprácu brzdí a znižuje kvalitu práce a vzťahov na pracovisku. Účastníci sa ďalej naučia aké úlohy v tíme možno zaujať, ako zapojiť svoje silné stránky a ako zlepšiť svoje slabé stránky v oblasti tímovej spolupráce. Výučba bude prebiehať formou rolovej hry, analýzy, diskusie a spätnej väzby. Modul bude trvať 180 min a bude vyučovaný v anglickom jazyku. Modul 2 – Manažment času (time management) – pokrytý primárne spoločnosťou Siemens. Modul má za cieľ adresovať nasledovné témy:	

- Prečo chceme lepšie riadiť svoj čas, čo chceme konkrétne zmeniť, vylepšiť. Čo je našim cieľom využitia času - kde vidíme rezervy?
- Ako zlepšíme (a čím) kvalitu nášho pracovného a osobného života, nové činnosti v práci?
- Moje poslanie, oblasti zodpovednosti, prioritné ciele. Adresované budú aktivity, ktoré pracovné okolie odo mňa očakáva, aby som mu "dodával".
- Čo sa považuje za prioritu, pre mňa dôležité body, na základe čoho ich určujem pri optimalizácii času - môjho využitia času.
- Plánovanie, nástroje a metódy (moje role a aktivity v nich), aké pravidlá dodržiavať pri plánovaní aktivít, čomu sa vyhnúť?
- Ako si budovať ciele, akými pravidlami sa riadiť, odstraňovanie najčastejších chýb, Presúvanie.
- Boj so zlodejmi času (subjektívne a objektívne), ich identifikácia a spôsoby ich odstránenia, resp. minimalizácie.

Ústrednou pod-témou modulu 2 bude manažment prioritných úloh, kedy sa vyučujúci zameria na kontrolu nad pracovnými úlohami a ich rozdelenie v prípade, že majú všetky vysokú prioritu s cieľom minimalizovať najbežnejšie javy spôsobujúce plytvanie časom. Súčasťou bude aj manažovanie neočakávaných požiadaviek a neplánovaných situácií, ktoré narúšajú plánovanie aktivít. Modul bude trvať 180 min a bude vyučovaný v anglickom jazyku.

Modul 3 – Verbálna a neverbálna komunikácia (verbal and non-verbal communication) – pokrytý primárne spoločnosťou PriceWaterhouseCoopers. Modul bude rozdelený na dva tematické bloky. Blok A (produktívna konverzácia) - ľudia si myslia, že jednoduché rozprávanie znamená dobrú konverzáciu. Prečo nastávajú nedorozumenia? Rozprávanie nie je všetkým v komunikácii. Pre produktívnu konverzáciu je vyžadované oveľa viac než len schopnosť rozprávať. V tomto bloku študenti dostanú odpovede na otázky „ako uistiť druhého človeka, že správne počúvame, čo a prečo to robiť?“; „v akej situácii a ako sa spýtať správnu otázku, aby sme dostali odpoveď na to, na čo sa pýtame?“ alebo „ako byť autentický a vyžarovať dojem kompetentného a zodpovedného pracovníka?“. Súčasťou tohto bloku je aj rolová hra na techniky a scenáre produktívnej konverzácie, ako aj zvládnutie rovnováhy medzi Obhajobou a Požiadavkou.

Blok B (asertívna komunikácia) – študentom bude predstavená asertívna komunikácia ako nástroj vyjadrenia vlastných pocitov a myšlienok bez toho, aby sme boli agresívni alebo aby sme sklzávali do pasívneho správania. V tomto bloku sa vyučujúci taktiež bude venovať týmto otázkam:

- Ako ste asertívny? Poznanie samého seba je najlepší štart (rolová hra).
- Asertívne pravidlá a Transakčná analýza podľa Erica Berneho.
- Agresívne – asertívne – pasívne typy správania. Taktiež pasívne agresívne. Ako ich rozpoznať a ako správne reagovať?
- Efektívne stratégie pre jednanie s ostatnými pri zohľadnení úrovne asertivity a kooperácie. Kedy je vhodné využiť "stratégiu zničenia"? Je kompromis zlatou strednou cestou?
- Dobré Asertívne techniky.

Modul bude trvať 180 min a bude vyučovaný v anglickom jazyku.

Modul 4 – Riešenie konfliktov na pracovisku (Conflict Resolution & Mindset) – pokrytý primárne spoločnosťou IBM. Modul má za cieľ predstaviť konfliktné situácie ako momenty, ktorým sa mnohokrát na pracovisku nedá vyhnúť a preto je dôležité vedieť, ako ich efektívne zvládnuť odkomunikovať a vyriešiť. Vyučujúci naučí študentov stratégiám a technikám ako konflikt zvládať. Vedieť kedy a ako ich aplikovať účastníkom predmetu pomôže pri efektívnom zvládaní konfliktných situácií. Na konci modulu účastníci budú vedieť:

- Diskutovať o tom, čo konflikt je, že môže byť konštruktívny aj deštruktívny a ako naučenie sa prekonať bariéry pri zvládaní konfliktu môže pomôcť pri budovaní ich kariéry;
- Rozpoznať 5 najčastejších štýlov riešenia konfliktov a zlepšiť zručnosti pri ich riešení poznaním, kedy je ktorý najlepší použiť alebo sa mu vyhnúť;

- Diskutovať ako riešenie konfliktu môže zlepšiť ich vzťahy, rozšíriť zručnosti vzájomnej spolupráce a zvýšiť ich profesionálnu efektivitu;
- Diskutovať ako ich postoj ovplyvňuje vnímanie konfliktných situácií a ako pomáha konflikt riešiť konštruktívne.

Modul bude trvať 180 min a bude vyučovaný v anglickom jazyku.

Modul 5 – Prezentačné zručnosti (Presentation Skills) – pokrytý primárne spoločnosťou DELL. V korporácii platí, že iba mať myšlienku nestačí. Rovnako významné je myšlienkam dať príbeh, štruktúru a obraz, aby boli prezentácie ideí motivujúce, zapamätateľné a presvedčivé. Modul o prezentačných zručnostiach má za cieľ študentov naučiť základné predpoklady efektívnej korporátnej prezentácie a poskytnúť tipy, čo robiť a čomu sa naopak vyhnúť pri zostavovaní štruktúry prezentácie. Účastníci predmetu si prejdú teoreticky aj prakticky tri oblasti tvorby prezentácií – tvorbu obsahu, základné techniky a princípy dizajnu a výkon samotnej prezentácie. Počas týchto troch cyklov sú do výučby zapojené praktické cvičenia za asistencie vyučujúceho, kedy si študenti budú môcť vyskúšať jednotlivé prezentačné techniky a princípy. Na základe tréningu budú študenti na konci modulu schopní vytvoriť pútavé prezentácie, alebo aplikovať princípy dizajnu do každodennej komunikácie.

Modul bude trvať 180 min a bude vyučovaný v anglickom jazyku.

Modul 6 – Spätná väzba (Feedback) – pokrytý spoločnosťami Siemens, IBM, PriceWaterhouseCoopers. Neustále počúvame o spätnej väzbe, pričom každý vie, aká je spätná väzba dôležitá a každý sa zaujíma o to, či sú jeho výkony a úspechy ocenené. Vyučujúci však študentom načrtne, aký je rozdiel medzi “spätnou väzbou” a “efektívnou spätnou väzbou”, pričom cieľ tohto modulu je práve zameraný na vysvetlenie toho, ako dať/dostať efektívnu spätnú väzbu, ktorá vedie k zlepšeniu výkonnosti a správaniu na pracovisku. V rámci modulu o spätnej väzbe sa študenti takisto oboznámia s nasledovnými témami:

- Čo je spätná väzba? Aké možnosti (druhy, varianty) máme? Kroky v procese dávania/dostávania spätnej väzby.
- Rozdiel medzi kritikou a spätnou väzbou, jej parametre.
- V akých situáciách spätnú väzbu dávame?
- Čo ňou dosiahneme (chceme dosiahnuť, riešiť, ...)?
- Pravidlá pre účinnú a podporujúcu spätnú väzbu - verbálne a neverbálne podnety, cvičenia, kľúčové aspekty efektívnej spätnej väzby, push & pull formy spätnej väzby.

Súčasťou modulu o spätnej väzbe bude aj záverečná skupinová prezentácia, ktorá je zahrnutá do celkového hodnotenia každého študenta. Prezentácia bude prebiehať vo video formáte, ako aj samotného predstúpenia pred publikum a živého prezentovania, pričom členovia tímu budú poskytovať spätnú väzbu svojim tímovým kolegom. Modul bude trvať 180 min a bude vyučovaný v anglickom jazyku.

Odporúčaná literatúra:

Modul 1 – skupinová práca (team work)

<http://smallbusiness.chron.com/target-behaviors-lead-good-teamwork-63669.html>

<http://academics.boisestate.edu/fsp/files/2013/04/ULO-4-Teamwork.pdf>

Price Pritchett: Teamwork – the team member handbook

Modul 2 – Manažment času (time management)

Stephen R. Covey: The 7 Habits of Highly Effective People: Powerful Lessons in Personal Change

Dan S. Kennedy: No B.S. Time Management for Entrepreneurs

Modul 3 – Verbálna a neverbálna komunikácia (verbal and non-verbal communication)

Kerry Patterson, Joseph Grenny, Ron McMillan, Al Switzler; McGraw-Hill: Crucial

Confrontations - Tools for Resolving Broken Promises, Violated Expectations, and Bad Behavior

Cheryl Hamilton: Communication for Results – A Guide for Business and the Professions

Modul 4 – Riešenie konfliktov na pracovisku (Conflict Resolution & Mindset) The Arbinger Institute: The Anatomy of Peace: Resolving the Heart of Conflict Kerry Patterson, Joseph Grenny, Ron McMillan, Al Switzler: Crucial Conversations Tools for Talking When Stakes Are High Roger Fisher, William L. Ury, Bruce Patton: Getting to Yes - Negotiating Agreement Without Giving Modul 5 – Prezentačné zručnosti (Presentation Skills) Garr Reynolds, Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery Jerry Weissman, Presenting to Win: The Art of Telling Your Story Modul 6 – Spätná väzba (Feedback) Dianna Booher: Confrontational Communication: Delivering Negative Feedback, Bad News, and Other Straight Talk Douglas Stone, Sheila Heen: Thanks for the Feedback – The Science and Art of Receiving Feedback Well. Poznámka: literárne zdroje budú doplnené o korporátne tréningové materiály využívané pri interných vzdelávacích aktivitách jednotlivých spoločností asociovaných v rámci Business Service Center Fóra.																							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Anglický																							
Poznámky: Predmet je vyučovaný predstaviteľmi vybraných spoločností združených v rámci Business Service Center Fóra – trénermi mäkkých zručností potrebných na uplatnenie sa na trhu práce v oblasti zdieľaných služieb. Bude vyučovaný v anglickom jazyku.																							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 33 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th><th>M</th></tr> <tr> <td>51,52</td><td>0,0</td><td>30,3</td><td>0,0</td><td>3,03</td><td>0,0</td><td>15,15</td><td>0,0</td></tr> </table>								A	ABS	B	C	D	E	FX	M	51,52	0,0	30,3	0,0	3,03	0,0	15,15	0,0
A	ABS	B	C	D	E	FX	M																
51,52	0,0	30,3	0,0	3,03	0,0	15,15	0,0																
Vyučujúci: Mgr. Lucia Kočíšová																							
Dátum poslednej zmeny: 13.02.2018																							
Schválil:																							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/104_M/12				Názov predmetu: Zákonník práce - prípadové štúdie			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktívna účasť na seminároch, celkové 100% hodnotenie predmetu predstavuje písomná skúška Váha priebežného / záverečného hodnotenia: záverečné -100 %							
Výsledky vzdelávania: Orientácia v oblasti pracovného práva, analýza jednotlivých právnych inštitútov v oblasti pracovného práva s dôrazom na aplikačnú prax. Dotvoriť profil absolventa a pripraviť ho na možnosť výkonu činnosti manažéra z hľadiska pracovnoprávných vzťahov.							
Stručná osnova predmetu: Ochranná funkcia pracovného práva, zneužitie práva, zabezpečenie záväzkov v pracovnom práve, pracovnoprávne vzťahy, postavenie zamestnanca a zamestnávateľa v pracovnoprávných vzťahoch, postavenie vedúcich zamestnancov, pracovná zmluva, manažérska zmluva, flexibilné formy zamestnania							
Odporúčaná literatúra: [1] TREĽOVÁ, S., PERÁČEK, T.: Pracovné právo pre manažérov. - 2. dopl. a prepracované vyd. - Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2015. - 171 s. ISBN 978-80-223-3852-3. [2] Zákon č. 311/2001 Z. z. Zákonník práce v znení neskorších predpisov							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 285							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
84,21	0,0	10,88	3,51	0,0	0,35	1,05	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. Ján Matlák, CSc., doc. JUDr. PhDr. Silvia Treľová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 07.11.2017							
Schválil:							