

Informačné listy predmetov

OBSAH

1. 216AM/17	Advanced Corporate Finance.....	5
2. 171M/11	Analýza dlhopisov.....	7
3. AFCRM/11	Analýza finančných časových radov.....	9
4. 002M/00	Analýza kreditných rizík finančných portfólií.....	10
5. 003M/10	Analýza kreditných rizík finančných portfólií.....	12
6. 004M/00	Analýza trhových rizík finančných portfólií.....	14
7. 005M/10	Analýza trhových rizík finančných portfólií.....	16
8. 011M/10	Bankovníctvo.....	18
9. 001M/00	Bankový marketing.....	20
10. 067_M/14	Budovanie a riadenie značky.....	23
11. 186M/13	Business protokol I.....	26
12. 187M/13	Business protokol II.....	28
13. 002M/00	Cenové stratégie.....	30
14. 076M/15	Cestovný ruch.....	32
15. 268M/16	Data Science and Big Data Analytics.....	35
16. 014M/00	Daňovníctvo.....	37
17. 173M/11	Deriváty finančného trhu.....	39
18. 112M/18	Digitálne marketingové inovácie.....	41
19. 120M/18	Digitálny marketing.....	42
20. ECB/11	E-commerce.....	43
21. 190M/13	Ekologická ekonómia.....	44
22. 161M/17	Ekonómia novej energetiky.....	46
23. 161AM/18	Ekonómia udržateľnej energetiky.....	49
24. 014M/15	Etický hacking.....	52
25. 193AJM/12	Európska integrácia /AJ/.....	54
26. 183M/12	Európske právo.....	56
27. 108M/18	Event marketing.....	58
28. 012M/00	Expertné systémy.....	59
29. 184M/12	FOREX.....	60
30. 156M/10	Finančné poradenstvo a finančné produkty.....	62
31. 003M/00	Firemný etický kódex.....	63
32. 144M/10	Francúzsky seminár (1).....	65
33. 145M/10	Francúzsky seminár (2).....	67
34. 152M/10	Globalizácia a regionalizácia.....	69
35. 110M/18	Google marketingové nástroje.....	70
36. 046M/13	IT Business.....	71
37. 047M/13	IT Business.....	72
38. 013M/00	Informačné a komunikačné technológie.....	73
39. 269M/16	International Public Policy.....	75
40. 018M/00	Intranet.....	77
41. 019M/00	Intranet.....	79
42. 057M/14	Intrapreneurship.....	81
43. 054M/00	Investičné bankovníctvo.....	82
44. 189M/13	Kolektívny manažment a kolektívna voľba.....	84
45. 010M/00	Komunikačné techniky v marketingu.....	85
46. 007M/00	Komunikácia s verejnosťou - PR.....	87
47. 311M/18	Korporátne bankovníctvo.....	89

48. 011M/00	Kreativita v marketingu.....	91
49. 022M/00	LINUX.....	93
50. 056M/09	Lobing v Európskej únii.....	95
51. 105_M/12	Lokálne počítačové siete a ich správa.....	97
52. MIS-M/13	MIS - špeciálne témy.....	98
53. 030M/00	MIS - špeciálne témy.....	99
54. 267B/16	Makroekonomický vývoj a hospodárske politiky na Slovensku.....	101
55. 044M/17	Manažment dát v SASe.....	103
56. 147M/17	Manažment inovácií - špeciálne témy.....	104
57. 051M/11	Manažment inovácií a zmien.....	105
58. 012M/00	Manažment kvality.....	107
59. 066M/17	Manažment kvality.....	108
60. 078M/14	Manažment online hier.....	109
61. 060M/09	Manažment portfólia a kolektívne investovanie.....	111
62. 037M/18	Manažment projektov - manažérsky prístup.....	113
63. 049M/11	Manažment rizík I.....	114
64. 050M/11	Manažment rizík II.....	116
65. 017M/00	Marketing regiónov.....	118
66. 018M/00	Marketing služieb.....	120
67. 020M/00	Marketing v obchode.....	122
68. 021M/00	Marketing v odevnom priemysle.....	125
69. 022M/00	Marketing v športe.....	127
70. 023M/00	Marketing v živnostenskom podnikaní.....	129
71. 024M/00	Marketing vo sfére politiky.....	131
72. 025M/00	Marketing vzťahov so zákazníkmi.....	133
73. 026M/00	Marketingová analytika.....	135
74. 027M/00	Marketingový audit.....	138
75. 72M/12	Mediálne plánovanie.....	141
76. 172M/11	Medzinárodné finančné centrá a globálna ekonomika.....	143
77. 196FJM/12	Medzinárodné fiškálne inžinierstvo /FJ/.....	145
78. 031M/10	Medzinárodný marketing (1).....	146
79. 032M/10	Medzinárodný marketing (2).....	148
80. 306AM/18	Monetárna ekonómia.....	150
81. 307AM/18	Monetárna politika.....	152
82. 033M/00	Non-profit marketing.....	154
83. 034M/00	Nové technológie a komunikačné médiá v marketingu.....	156
84. 035M/00	Nové trendy v marketingu.....	158
85. 093M/00	Obranná a bezpečnostná politika EÚ.....	161
86. 094M/09	Oceňovanie podnikov (1).....	163
87. 095M/10	Oceňovanie podnikov (2).....	165
88. 040M/00	Ochrana informácií.....	167
89. 037M/00	Organizačné kultúry - teória.....	169
90. 270M/16	Organizovanie a fungovanie inštitúcií EÚ.....	171
91. 066M/16	Orientácia a rozvoj v oblasti kariéry.....	172
92. 041M/00	Plánovanie a projektovanie informačných systémov.....	174
93. 039M/18	Podnikové informačné systémy - prípadové štúdie.....	175
94. 047_M/12	Podnikové komunikačné systémy.....	176
95. 103_M/12	Poisťovacie systémy z právneho pohľadu.....	178
96. 217M/15	Poisťovníctvo a zaistovníctvo.....	180

97. 050M/17	Počítačové siete pre manažerov.....	182
98. 049M/00	Praktická bezpečnosť počítačových systémov.....	184
99. 192AJM/12	Praktické finančné trhy /AJ/.....	185
100. 197AJM/12	Praktické finančné trhy /AJ/.....	186
101. 192AM/17	Praktické finančné trhy I.....	187
102. 193AM/17	Praktické finančné trhy II.....	189
103. 041M/00	Priamy marketing.....	191
104. 191M/13	Projektové financovanie a PPP projekty.....	194
105. 308M/18	Prípadové štúdie k európskej ekonomickej integrácii.....	195
106. 194FJM/15	Prípadové štúdie z podnikových financií /FJ/.....	197
107. 150AB/17	Písanie vedeckých článkov.....	198
108. 310AM/18	Regulatórny dohľad a proces hodnotenia bánk.....	199
109. 044M/00	Reklama.....	201
110. 007_M/15	Riešenie Business problémov s Wolfram Mathematica I.....	203
111. 052M/00	Riešenie konfliktov.....	205
112. 054M/13	Rozvoj podnikateľských zručností v interdisciplinárnych tímoch.....	207
113. 198M/13	Seminár k finančnému manažmentu.....	209
114. 148M/17	Service Management.....	210
115. SMaE/13	Service Management and Engineering.....	211
116. 110M/00	Sociálna politika EÚ.....	212
117. 111M/18	Sociálne siete a obsahový marketing.....	214
118. 049M/00	Spoločensky zodpovedné podnikanie a manažment.....	215
119. 048M/00	Spoločenský marketing.....	217
120. 111M/00	Spoločná zahraničná politika EÚ.....	219
121. 053M/09	Spracovanie dát pre manažment a marketing (Data mining I.).....	221
122. 054M/09	Spracovanie dát pre manažment a marketing (Data mining II.).....	223
123. 101M/13	Spracovanie údajov I - SQL.....	225
124. 103M/13	Spracovanie údajov II - VBA.....	226
125. 050M/00	Správanie zákazníkov.....	227
126. 161M/17	Strategické partnerstvá.....	229
127. 029M/00	Strategické plánovanie - metódy a techniky.....	231
128. 114M/09	Strategické výzvy európskej integrácie.....	233
129. 031M/00	Strategický controlling.....	235
130. 151M/11	Strategický manažment ľudských zdrojov.....	237
131. 025M/00	Stratégia logistiky.....	238
132. 026M/00	Stratégia neziskových organizácií.....	240
133. 195FJM/12	Stratégie finančných investícií v eurozóne /FJ/.....	243
134. 058M/00	Systémová analýza.....	244
135. 059M/00	Systémy na podporu rozhodovania a expertné systémy v manažmente.....	245
136. 099M/12	Súčasný trendy v praxi manažmentu.....	246
137. 118M/10	Trh nehnuteľností a developerský proces.....	248
138. 003_M/15	Tvorba online projektov I.....	250
139. 004_M/15	Tvorba online projektov II.....	252
140. 011M/00	Vedenie ľudí.....	253
141. 235M/18	Verejné obstarávanie v praxi.....	255
142. 072M/00	Viacrozmerne metódy v manažmente (SAS).....	257
143. 144M/17	Vybrané témy z komunikácie pre podnikateľov.....	259
144. 145M/18	Vybrané témy z komunikácie pre podnikateľov.....	260
145. 331M/16	Výskumné metódy v IT.....	261

146. 079M/00	Web server a jeho manažment.....	264
147. 302AM/17	Zručnosti pre úspech – z univerzity do praxe.....	266
148. 303AM/17	Zručnosti pre úspech – z univerzity do praxe.....	270
149. 309M/18	Základy tvorby odborného textu.....	274
150. 104_M/12	Zákonník práce - prípadové štúdie.....	276
151. 141M/17	Ázijský manažment.....	277
152. 143M/17	Ázijský manažment.....	278
153. 301AB/17	Čína v globalizovanom svete.....	279

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/216AM/17	Názov predmetu: Advanced Corporate Finance
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Finančný manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Súčasťou výsledného hodnotenia predmetu bude case study a 1 hodnotená úloha.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom tohto predmetu je predstavenie pokročilých konceptov corporate finance. Predmet priamo nadväzuje na predmet finančný manažment a rozširuje získané vedomosti z teoretickej stránky. Počas predmetu budeme hovoriť o základných corporate finance modeloch a nedokonalostiach trhov. Taktiež prediskutujeme akým spôsobom môžu firmy vyplácať hodnotu svojim akcionárom a ako na to vplývajú nedokonalosti trhu. Súčasťou predmetu bude aj case study na poslednej hodine v ktorej použijeme naučené teoretické koncepty v praxi.	
Stručná osnova predmetu: 1. Základné koncepty corporate finance, Modigliani and Miller, optimálna kapitálová štruktúra 2. Dane, bankrot, finančný distress a informačná asymetria 3. Dividendová politika, Corporate Social Responsibility 4. Case study	
Odporúčaná literatúra: 1. M. Grinblatt and S. Titman, Financial Markets and Corporate Strategy, McGraw-Hill (2001). 2. Tirole, Jean. The theory of corporate finance. Princeton University Press, 2010. 3. Vybrané research papers a case studies	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 11						
A	ABS	B	C	D	E	FX
81,82	0,0	9,09	9,09	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Mgr. Rastislav Molnár						
Dátum poslednej zmeny: 07.02.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/171M/11	Názov predmetu: Analýza dlhopisov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Matematika, štatistika	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Test počas semestra, skúška Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Študenti po absolvovaní tohto predmetu pochopia základné pojmy týkajúce sa úverových vzťahov a dlhopisov ako obchodovateľného cenného papiera a takisto budú schopní využiť dlhopisy a ich duráciu a konvexitu ako metódy riadenia aktív a pasív.	
Stručná osnova predmetu: Stručný sylabus: Tematický plán - prednášky: 1. Úvod do problematiky, význam úverov v ekonomike, charakteristika úverov, formy úverov 2. Analýza úverovej spôsobilosti klienta 3. Hodnotenie návratnosti podnikateľského zámeru 4. Zabezpečení úveru a určenie miery rizika 5. Ekonomické chápanie dlhopisov a ich význam 6. Základy oceňovania dlhopisov 7. Problematika úrokovacieho obdobia pri oceňovaní dlhopisov 8. Štátne dlhopisy a ich význam pri stanovovaní bezrizikovej úrokovej miery 9. Durácia dlhopisu a jej význam. Modifikovaná durácia dlhopisu a jej význam. Dolárová durácia dlhopisu a jej význam. 10. Konvexita dlhopisu a jej význam. 11. Špecifické formy dlhopisov a ich oceňovanie 12. Základné princípy obchodovania s dlhopismi 13. Tvorba a riadenie portfólia dlhopisov Tematický plán - semináre: 1. Úvodný seminár 2. Analýza úverovej spôsobilosti klienta – vzorový príklad 3. Hodnotenie návratnosti podnikateľského zámeru - vzorový príklad	

4. Zabezpečení úveru a určenie miery rizika - vzorový príklad
5. Základy finančnej matematiky, používanej pri oceňovaní dlhopisov
- 6 Výpočet ceny dlhopisu v deň emisie a pri výplate kupónu
- 7 Výpočet ceny dlhopisu mimo obdobia výplaty kupónu
8. Výpočet ceny dlhopisu pri meniacej sa úrokovacej základni
9. Durácia dlhopisu a jej využitie
- 10 Modifikovaná durácia a dolárová durácia dlhopisu a ich využitie
11. Konvexita dlhopisu a jej využitie
12. Oceňovanie špecifických dlhopisov
13. Tvorba a riadenie portfólia dlhopisov

Odporúčaná literatúra:

Literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 72

A	ABS	B	C	D	E	FX
86,11	0,0	2,78	5,56	4,17	0,0	1,39

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

Dátum poslednej zmeny: 08.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/002M/00	Názov predmetu: Analýza kreditných rizík finančných portfólií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatné vypracovanie 2 zadaní. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu pochopiť vybrané metódy pre analýzu, meranie a riadenia kreditných rizík finančných portfólií.	
Stručná osnova predmetu: 1) Úvod do kreditných rizík 2) Očakávané a neočakávané straty 2) Modelovanie korelovaných strát pomocou KMV modelu 3) Credit Metrics 4) Jedno faktorový model: KMV, Credit Metrics TM 5) Credit VaR 6) IRB prístup	
Odporúčaná literatúra: 1. Allen, L., Boudoukh, J., Saunders, A.: Understanding Market, Credit and Operational Risk. The Value at Risk approach. Blackwell Publishing Ltd. 2004 2. Alexander C.: Market Risk Analysis. John Wiley & Sons, Inc., 2008 3. Bohdalová, M. – Greguš, M.: Stochastické analýzy finančných trhov, UK, Bratislava, 2012 4. Bluhm Ch., Overbeck, L., Wagner, Ch.: An Introduction to Credit Risk Modeling. Chapman & Hall/CRC Financial Mathematics Series. New York, 2003 5. Jorion, P. : Financial Risk Manager Handbook, John Wiley & Sons, Inc., 2009 6. Löffler, G., Posch, P.N: Credit risk modeling using Excel and VBA, John Wiley & Sons, Inc., 2007 7. Saunders, A., Allen, L.: Credit Risk measurement. John Wiley & Sons, Inc., 2002 8. McNeil, A., Frey, J. R., Embrechts, P. :Quantitative Risk Management, Princeton University Press, Princeton and Oxford, 2005	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický	

Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 23						
A	ABS	B	C	D	E	FX
91,3	0,0	8,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Jozef Jackuliak, PhD., Mgr. Martin Pažický, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 22.02.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/003M/10	Názov predmetu: Analýza kreditných rizík finančných portfólií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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. EN: The student is expected to attend regular seminars (10point) and to prepare a case study (40point). At the end of the semester, the student will pass a test, which will include a theoretical and practical part of 2x25 points. In total, a student can earn 100 points; Student needs min 60 points. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s problematikou merania kreditných rizík. Na praktických príkladoch sa naučia robiť analýzy kreditného rizika finančných portfólií s využitím rôznych metód. Praktické príklady budú študenti riešiť pomocou vhodného softvéru. EN: Students will learn about the methodology of measurement of credit risks. Based on practical examples, they will learn to do credit risk analysis of financial portfolios using selected methods. Students will solve practical examples using appropriate software.	
Stručná osnova predmetu: 1) Úvod do kreditných rizík 2) Očakávané a neočakávané straty 3) Riešenie praktického príkladu 4) Modelovanie korelovaných strát pomocou KMV modelu 5) Credit Metrics 6) Jedno faktorový model: KMV, Credit Metrics 7) Riešenie praktického príkladu 8) Credit VaR 9) Riešenie praktického príkladu 10) IRB prístup 11) Bazilejské dohody	

EN:

- 1) Introduction into credit risk
- 2) Expected and Unexpected Losses
- 3) Practical example
- 4) Modeling of the Correlated Losses Using KMV Model
- 5) Credit Metrics
- 6) Single factor model: KMV, Credit Metrics
- 7) Practical example
- 8) Credit VaR
- 9) Practical example
- 10) IRB Approach
- 11) Basel's Regulations

Odporúčaná literatúra:

1. Allen, L., Boudoukh, J., Saunders, A.: Understanding Market, Credit and Operational Risk. The Value at Risk approach. Blackwell Publishing Ltd. 2004
2. Alexander C.: Market Risk Analysis. John Wiley & Sons, Inc., 2008
3. Bohdalová, M. – Greguš, M.: Stochastické analýzy finančných trhov, UK, Bratislava, 2012
4. Bluhm Ch., Overbeck, L., Wagner, Ch.: An Introduction to Credit Risk Modeling. Chapman & Hall/CRC Financial Mathematics Series. New York, 2003
5. Jorion, P. : Financial Risk Manager Handbook, John Wiley & Sons, Inc., 2009
6. Löffler, G., Posch, P.N: Credit risk modeling using Excel and VBA, John Wiley & Sons, Inc., 2007
7. Saunders, A., Allen, L.: Credit Risk measurement. John Wiley & Sons, Inc., 2002
8. McNeil, A., Frey, J. R., Embrechts, P. :Quantitative Risk Management, Princeton University Press, Princeton and Oxford, 2005

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 6

A	ABS	B	C	D	E	FX
50,0	0,0	0,0	0,0	16,67	0,0	33,33

Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Jozef Jackuliak, PhD., Mgr. Martin Pažický, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 28.04.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/004M/00	Názov predmetu: Analýza trhových rizík finančných portfólií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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. EN: The student is expected to attend regular seminars (10point) and to prepare a case study (40point). At the end of the semester, the student will pass a test, which will include a theoretical and practical part of 2x25 points. In total, a student can earn 100 points; Student needs min 60 points. 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. EN: Students will learn about the methodology of measurement of market risks. Based on practical examples, they will learn to do risk analysis of financial portfolios using classical and modern VaR methods. Students will solve practical examples using appropriate software.	
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)	

EN:

1. Introduction into risk measurement
2. Risk measurement before VaR – Markovitz model
3. Single-factor model - CAPM
4. VaR Metodology
5. Non-parametric Approaches VaR
6. Parametric Approaches VaR
7. Monte Carlo Simulation Methods
8. Risk Factor Analysis based on PCA – Principal component analysis
9. Expected tail losses
10. Stress Testing
11. Backtesting Market Risk Models

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. 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
91,18	0,0	8,82	0,0	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 28.04.2019

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: Úvod do analýzy a metodológie merania a riadenia trhových rizík finančných portfólií.	
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: 17						
A	ABS	B	C	D	E	FX
70,59	0,0	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Martin Pažický, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 22.02.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

12. Riteľové bankovníctvo - klienti banky, produkty, služby, distribúcia 13. Elektronické bankovníctvo - druhy produktov, balíky produktov, výhody 14. Firemná klientela - segmentácia, inštitucionálna klientela						
Odporúčaná literatúra: Literatúra: 1. Bajzíkova Ľ, Saxunová D, Sysáková V.: Podnikanie v európskom hospodárskom priestore, PALATIA Nyomda & Kiadó Kft., 2014 2. Sysáková V., Šlahor Ľ.: Peniaze a bankovníctvo, Bratislava, KARTPRINT, 2010, ISBN 978-80-88870-89-0 3. Šlahor Ľ., Žvachová N.: Kapitálová primeranosť bank a poisťovní, Bratislava, KARTPRIN 2011, ISBN 978-80- 88870-94-4 4. Pavelka Ľ.: Riešenie negatívnych externalít svetovej a finančnej krízy v bankovníctve EÚ, Bratislava, EKONÓM, 2011, ISBN 978-80-225-3277 5. Jozef Jílek: Peníze a menová politika, Grada, Praha, 2004 6. Horvátová E.: Bankovníctvo, Súvaha, Bratislava, 2000 7. Horváthová E. a kol.: Ekonomické a legislatívne podmienky operácie komerčných bánk na Slovensku, vydavateľstvo Ekonóm 2004						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 141						
A	ABS	B	C	D	E	FX
52,48	0,0	24,82	12,77	5,67	2,84	1,42
Vyučujúci: Mgr. Lucia Paškrťová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
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: 261						
A	ABS	B	C	D	E	FX
65,13	0,0	27,2	6,51	1,15	0,0	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. Téma má byť prakticky zameraná na: 1. Jednu firmu, ktorá má v portfóliu niekoľko značiek. V prvom prípade je potrebné zmapovať hierarchickú štruktúru značiek vo firme, identifikovať charakteristiky a ciele vybraných značiek, preskúmať ich fungovanie, zhodnotiť ich úspešnosť (či neúspešnosť) a pomenovať dôvody úspechu či zlyhávania politiky budovania značky (či značiek). Súčasťou práce je analýza využívaných či potenciálnych synergických efektov ale aj reálnej či potenciálnej hrozby kanibalizácie značiek. V závere je potrebné zhodnotiť, ako úspešne či neúspešne vo vybranej firme funguje strategický brand manažment. 2. Porovnanie dvoch konkurujúcich si firiem, ktoré budujú len jednu značku. V tomto prípade je potrebné identifikovať charakteristiky a ciele vo vzťahu k budovaniu značiek, pomenovať využívané metódy a prostriedky, zaoberať sa imidžom a osobnostnými charakteristikami vybraných značiek ako aj ich historickým kontextom. V závere je potrebné urobiť porovnanie vybraných značiek, metód a prostriedkov ich budovania a zhodnotiť ich perspektívy. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100% v priebehu semestra.	
Výsledky vzdelávania: Študent získa súbor poznatkov z oblasti manažmentu budovania značky, naučí sa kedy je potrebné značku budovať a kedy nie. Oboznámi sa s tým ako vybudovať, pozicionovať a manažovať značku, bude vedieť, ako je možné značku nadobudnúť a využívať takú, ktorej vlastníkom je iný subjekt. Naučí sa typológiu značiek, bude vedieť posúdiť aké modely firmy využívajú v procese budovania značky a uchopiť ich výhody i nevýhody. Účelom je oboznámiť študentov so základnými prístupmi, možnosťami, strategickými a marketingovými alternatívami v procese budovania značky či značiek na úrovni firmy. Bude vedieť uchopiť úlohu a význam značky pre podnik, oboznámi sa s možnosťami rozširovania portfólia značiek na úrovni firmy, či naopak, zoštíhľovania firmy odpredajom značiek z portfólia. Súčasťou predmetu je náčrt problematika ochrany značky, otázky metodík oceňovania značiek, vytvárania synergie medzi značkami. značiek a porovnanie jestvujúcich rebríčkov značiek.	
Stručná osnova predmetu:	

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. Korporátna značka. Výhody a nevýhody. Synergia medzi produktami.
8. Stratégia “umbrella brand” – veľa značiek v portfóliu. Výhody a nevýhody. Synergické efekty medzi značkami a možnosti ich využitia. Kanibalizácia značiek.
9. Privátne značky – značky predajcov. Dôvody vzniku. Výhody a nevýhody. Typy privátnych značiek.
10. Osobnosť a imidž značky. Budovanie osobnostných charakteristík značky a imidžu značky – zmena osobnostných charakteristík, rebranding a zmeny pozicionovania značky.
11. Ochrana značky. Formy a typy ochrany, národná a medzinárodná ochranná známka. Čo je možné a potrebné chrániť. Cena ochrany.
12. Hodnota značky – brand equity. Pojem brand equity, zložky brand equity. Značka ako najhodnotnejšie nehmotné aktívum firmy. Značka ako investícia. Rast hodnoty značky a hodnoty firmy.
13. Najhodnotnejšie a najstabilnejšie značky, dôvody pre ktoré nimi sú a aký proces predchádzal ich súčasnému postaveniu. Oceňovanie značiek, 4 základné metódy. Udržanie hodnoty značky.

Odporúčaná literatúra:

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

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

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

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

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

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

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

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ

Poznámky:

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 74						
A	ABS	B	C	D	E	FX
64,86	0,0	25,68	2,7	2,7	0,0	4,05
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.KEF/186M/13	Názov predmetu: Business protokol I
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Ide o 70 % priebežné hodnotenie a 30% hodnotenie v skúšobnom období. K priebežnému hodnoteniu patrí vypracovanie prípadových štúdií a aktívna účasť pri riešení štúdií, hranie rolí a celková aktívna účasť na výučbe. Hodnotenie v skúšobnom období tvorí ústna skúška. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať 90 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 80 bodov, na hodnotenie C najmenej 70 bodov, na hodnotenie D najmenej 65 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Záverečné	
Výsledky vzdelávania: Poslucháči získajú kompetencie zo všetkých foriem spoločenského protokolu, naučia sa správne riešiť spoločenské situácie a pravidlá správania sa doma, v práci a na verejnosti, získajú zručnosti ako sa správať v pracovných a mimo pracovných situáciách, nadobudnú postoj a vnútorne sa stotožnia s profesionálnymi princípmi business protokolu, ktoré sú základom profesionality úspešného manažéra, absolventa Fakulty manažmentu UK. Prostredníctvom riešenia prípadových štúdií dokážu aplikovať získané teoretické východiská do praxe.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do štúdia predmetu, literatúra a podmienky k získaniu absolútoria predmetu. 2. Každá situácia je jedinečná, neopakovateľná, opakujú sa iba princípy. Dá sa etiketa naučiť? 3. V spoločnosti nie sme si rovní. 4. Ako (sa) predstavujeme. Ako sa zdravíme. Vizitky. Oslovovanie. 5. Dary a darčeky. Etiketa všedného dňa. 6. Cestujeme spoločne. V hoteli. V kaviarni. 7. Mobilná etiketa. 8. Naša vôňa je náš šat. Šaty robia človeka. 9. Ako sa oblieka muž. Košeľa a kravata. Topánky. Bielizeň. Doplnky. Slávnostné oblečenie. 10. Ako sa oblieka žena. Topánky. Bielizeň. Slávnostné oblečenie. 11. Business dress (dresscode). 12. Záver výučby, vyhodnotenie predmetu a hodnotenie študentov.	
Odporúčaná literatúra: ŠRONĚK,I.: Etiketa a etika v podnikaní. Praha, Management press 1995	

TÓTH,L.: Protokol a etiketa v diplomacii a obchode. Bratislava 1995 JANUŠKA,L.: Základy spoločenských stykov. Bratislava 1996 BRÁZDOVA,D.: Pravidlá spoločenského správania. Iris 1997 GULLOVÁ, S.: Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol. Grada 2008 ŠPAČEK,L.: Nová velká kniha etikety. Mladá Fronta 2011 CHORVÁTH,J.: Lexikón slušného správania. Matys 1997						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 141						
A	ABS	B	C	D	E	FX
94,33	0,0	2,84	0,0	0,0	0,0	2,84
Vyučujúci: PaedDr. Janka Chládecká, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 05.02.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/187M/13	Názov predmetu: Business protokol II
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Ide o 70 % priebežné hodnotenie a 30% hodnotenie v skúšobnom období. K priebežnému hodnoteniu patrí vypracovanie prípadových štúdií a aktívna účasť pri riešení štúdií, hranie rolí a celková aktívna účasť na výučbe. Hodnotenie v skúšobnom období tvorí ústna skúška. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať 90 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 80 bodov, na hodnotenie C najmenej 70 bodov, na hodnotenie D najmenej 65 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: záverečné	
Výsledky vzdelávania: Poslucháči získajú kompetencie zo všetkých foriem spoločenského protokolu, naučia sa správne riešiť spoločenské situácie a pravidlá správania sa doma, v práci a na verejnosti, získajú zručnosti ako sa správať v pracovných a mimo pracovných situáciách, nadobudnú postoj a vnútorne sa stotožnia s profesionálnymi princípmi business protokolu, ktoré sú základom profesionality úspešného manažéra, absolventa Fakulty manažmentu UK. Prostredníctvom riešenia prípadových štúdií dokážu aplikovať získané teoretické východiská do praxe.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do štúdia predmetu, literatúra a podmienky k získaniu absolútoria predmetu. 2. Spoločenské stolovanie. Prestieranie stola. Servírovanie a obsluha. Ako správne stolovať. 3. V reštaurácii. Ako byť príjemným spoločníkom. Čo je tabu. 4. Bežné spoločenské príležitosti. Rodina. Práca. Návšteva. 5. Prijímací pohovor. V kancelárii. 6. Firemný večierok. Udeľovanie uznání. 7. Pracovné spoločenské udalosti. Raňajky a brunch. Pracovný obed (business lunch). 8. Pracovné stretnutie. Ideme na veľtrh. Podpisovanie zmlúv. 9. Slávnostné spoločenské udalosti. Recepčia. Banket. Raut. Buffet lunch. Réveillon. Garden party. Raňajky v tráve. Dostihy, golf, jachta. 10. Ani na dovolenke nemá etiketa dovolenku. Kohútí chvost. Vernisáž, krst. Matiné. Čaša vína. Čaj o piatej. Párty, večierok, žúr. Ples. Prípitky a príhovory. Nehody v spoločnosti. Fajčenie a alkohol. 11. Stretávame sa s významnými osobnosťami.	

12. Kontakty so svetom. Prvý dojem a imidž v obchodnom protokole a jeho vnímanie rôznymi kultúrami.						
13. Záver výučby, vyhodnotenie predmetu a hodnotenie študentov.						
Odporúčaná literatúra: Odporúčaná literatúra: ŠRONĚK,I.: Etiketa a etika v podnikání. Praha, Management press 1995 TÓTH,L.: Protokol a etiketa v diplomacii a obchode. Bratislava 1995 JANUŠKA,L.: Základy spoločenských stykov. Bratislava 1996 BRÁZDOVA,D.: Pravidlá spoločenského správania. Iris 1997 GULLOVÁ, S.: Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol. Grada 2008 ŠPAČEK,L.: Nová velká kniha etikety. Mladá Fronta 2011 CHORVÁTH,J.: Lexikón slušného správania. Matys 1997						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 132						
A	ABS	B	C	D	E	FX
96,97	0,0	0,76	0,76	1,52	0,0	0,0
Vyučujúci: PaedDr. Janka Chládecká, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 05.02.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/002M/00	Názov predmetu: Cenové stratégie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Ceny sú dôležitou súčasťou marketingu. Majú významné miesto v rozhodovacích procesoch v oblasti podnikania firiem. Ich prosperita závisí tiež od toho ako manažment danej firmy ovláda aj úlohu a pôsobenie cien v trhovej ekonomike a na základe toho pristupuje ku koncepcii firemnej cenovej politiky a voľbe cenovej stratégie. Pri rozvíjaní trhového mechanizmu, jeho uplatňovaní v prakticky ekonomickej politiky je preto nevyhnutná aj výchova riadiaceho manažmentu, ktorý by kvalifikovane ovládal princípy tvorby cien v trhovom hospodárstve a ich správne uplatňovanie v praxi. K tomu má prispieť aj výučba voliteľného predmetu, ktorého ťažiskovou a obsahovou stránkou by bola tvorba cenovej stratégie firmy.	
Stručná osnova predmetu: 1. Význam cien v trhovej ekonomike, v podnikateľských aktivitách firiem a objasnenie základných pojmov v praxi tvorby trhových cien vo firmách 2. Transformácia ekonomiky na trhové hospodárstvo, realizácia postupných krokov reformy, doiahnuté výsledky, preibeh liberalizácie cien v procese formovania trhovej ekonomiky vo svetle cenového vývoja a inflácie 3. Liberalizácia cien, jej právne a ekonomické aspekty v podmienkach fungujúceho trhového hospodárstva v SR 4. Trhový mechanizmus a jeho fungovanie 5. Modely riadenia hospodárstva 6. Ceny a pôsobenie konkurenčného prostredia na ich tvorbu 7. Praktické uskutočňovanie cenovej politiky štátu a firiem 8. Cenová stratégia firmy - predpoklad tvorby trhových cien 9. Náklady, ceny a trh 10. Kalkulovanie nákladov 11. Cenový prieskum ako nevyhnutný zdroj informácií pre správne určovanie cien	

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

Odporúčaná literatúra:

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

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

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

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

M. Janok: Kalkulácie. Mika Konzult, 1995

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 30

A	ABS	B	C	D	E	FX
63,33	0,0	20,0	16,67	0,0	0,0	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/076M/15	Názov predmetu: Cestovný ruch
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra študenti odprezentujú projekt, ktorý sa bude týkať analýzy konkurencieschopnosti 2 subjektov cestovného ruchu, vybranej destinácie alebo klastra cestovného ruchu. Projekt môže byť buď individuálny alebo kolektívny, podľa zvolených subjektov, destinácie v závislosti na stave rozvoja CR v oblasti. Študent (alebo študenti) ho budú obhajovať pred skupinou 3 až 5 študentov, ktorí sa, podobne ako tí, čo projekt vypracovali, budú musieť oboznámiť so základnými atribútmi, ponukou služieb a prvkami marketingového mixu a pripraviť sa na argumentáciu. Semestrálny projekt musí byť odovzdaný ako písomná práca. V priebehu semestra majú študenti možnosť získať zo 100% hodnotenia, 60 % za projekt a 10 % za aktivitu a 30% za návrhy v rámci „obhajob“ projektov iných študentov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: V priebehu semestra majú študenti možnosť získať zo 100% hodnotenia, 60 % za projekt a 10 % za aktivitu a 30% za návrhy v rámci „obhajob“ projektov iných študentov.	
Výsledky vzdelávania: Študent získa súbor poznatkov z oblasti cestovného ruchu, bude sa vedieť orientovať v základných pojmoch, poznať terminológiu a problematiku cestovného ruchu. Bude vedieť analyzovať faktory konkurencieschopnosti subjektov cestovného ruchu, načrtnúť stratégiu rozvoja destinácie CR a navrhnuť rozvojové projekty alebo partnerstvá v CR. Naučí sa pracovať samostatne, obhajovať svoje idey a bude vedieť posúdiť, či a aké stratégie sú vhodné pre rozvoj cestovného ruchu pre určité subjekty CR, ako vytvárať klastre na podporu rozvoja CR a ako koncipovať projekty pre destinácie CR.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do problematiky. Pojem cestovný ruch, vybrané pojmy medzinárodnej klasifikácie, výklady a interpretácie. 2. Pojem turizmus a 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. 3. Konkurencieschopnosť krajiny – význam CR pre ekonomiku krajiny. Konkurencieschopnosť krajiny, faktory ktoré ovplyvňujú konkurencieschopnosť krajiny, regiónu, destinácie. Vplyv CR na HDP krajiny.	

3. Podoby CR v živote súčasných Európanov, politika trvalo udržateľného CR, masový turizmus, individuálny turizmus. Globálna turistika.
4. Poskytovatelia cestovného ruchu, subjekty CR. Cestovné kancelárie, cestovné agentúry, podnikateľské subjekty v CR, rola miestnych a regionálnych samospráv pri tvorbe produktov CR. tvorba CR a balíky produktov.
5. Vymedzenie poskytovateľov služieb – ubytovacie, stravovacie služby – kategorizácia, štandardy kvality, vybrané trendy. Atrakcie a podujatia – hlavné produkty CR.
6. 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.
6. Marketing v CR – špecifiká marketingového mixu, destinačný manažment a destinačný marketing, tvorba stratégie destinácie a jej implementácia. Ľudské zdroje v cestovnom ruchu.
7. Strategické partnerstvá v CR, pojem – voľné a tesné formy strategických partnerstiev v CR.. Vyhľadávanie strategického partnera, koncipovanie partnerstva a fungovanie partnerstiev. Klastre a klastrovanie subjektov CR. Moderné trendy v oblasti partnerských vzťahov. Možnosti čerpania Eurofondov pre rozvoj CR.
8. Formy vstupu na trh CR - hotelové siete, franchising, licencie, manažérske zmluvy. Globálna a lokálna značka v CR.
9. CR v Slovenskej republike, stratégie rozvoja CR, vývoj CR, národná a regionálne stratégie. Ciele CR podľa priorít vlády, značka Slovensko.
10. Podmienky podnikania v CR. CR v Európe – financovanie CR z prostriedkov EÚ. Podnikanie v CR, strategické a marketingové analýzy, analýza ľudských zdrojov, analýza podnikateľského rizika, plánovanie v cestovnom ruchu.
11. Destinačný manažment – pojem destinácia – primárna ponuka, komunikačná dostupnosť, vybavenosť destinácie. Konkurencieschopnosť destinácie – v lokálnom, národnom i medzinárodnom meradle.
12. Značka v cestovnom ruchu – značka krajiny a destinácie – vytváranie synergických efektov. a komunikácia značky – metódy a prostriedky. Značky sietí. Značka destinácie.
13. Úspešné a neúspešné destinácie CR. Dôvody a príčiny. Atraktivita destinácie. Typy stratégií v CR podľa konkurenčných stratégií, rastová a stabilizačná stratégia, princípy trvalej udržateľnosti v CR.

Odporúčaná literatúra:

Odporúčaná literatúra:

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: 53

A	ABS	B	C	D	E	FX
69,81	0,0	22,64	1,89	0,0	0,0	5,66

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: anglický						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 15						
A	ABS	B	C	D	E	FX
26,67	0,0	6,67	26,67	33,33	6,67	0,0
Vyučujúci: Ing. Eugen Molnár, PhD., Mgr. Rastislav Molnár						
Dátum poslednej zmeny: 31.01.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/014M/00	Názov predmetu: Daňovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Účtovníctvo I, Účtovníctvo II	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Presentation of direct and indirect taxes in a selected country -10% Problem solving - case studies -40% Final test - 50% Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Študent je schopný opísať históriu zdaňovania a vývoj daňových teórií vo svete a v SR, vysvetliť daňový systém SR (priame a nepriame dane) a vplyv daní na rozhodovanie podnikateľských subjektov.	
Stručná osnova predmetu: 1. História zdaňovania 2. História daňovej sústavy v SR 3. Charakteristika daňového systému v SR 4. Definícia, pojem, rozdelenie a klasifikácia daní 5. Nepriame dane, daň z pridanej hodnoty 6. Nepriame dane, spotrebné dane 7. Miestne dane 8. Správa daní a poplatkov 9. Ciele zdaňovania, funkcia verejných financií 10. Daňové princípy, optimálne zdaňovanie, daňová spravodlivosť 11. Vplyv daní na ekonomické správanie a rozhodovanie podnikateľských subjektov 12. Harmonizácia daní v EÚ	
Odporúčaná literatúra: 1. Schultzová, A. a kol.: Daňovníctvo - daňová teória a politika I., 2012, Iura edition 2. Bojňanský, J. a kol.: Dane podnikateľských subjektov, 2010, VES SPU 3. Šíroký, J.: Dane v Európskej únii. 2.vyd. Linde Praha, a s. 2007	

4. Zákon č. 563/2009 Z. z. o správe daní (daňový poriadok) a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov
5. Zákon č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 383

A	ABS	B	C	D	E	FX
53,26	0,0	32,38	9,92	0,78	0,52	3,13

Vyučujúci: doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., doc. RNDr. Darina Saxunová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 21.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/173M/11	Názov predmetu: Deriváty finančného trhu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Matematika. Štatistika	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Test počas semestra, skúška Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Študenti po absolvovaní predmetu pochopia problematikou derivátov finančného trhu ako sú forwardy, futures, swapy a opcie, finančných rizík a derivátov ako nástroja na elimináciu rizika a takisto ako nástroja, vhodného na špekulatívne obchodovanie.	
Stručná osnova predmetu: Stručný syllabus: Tematický plán - prednášky: 1. Vymedzenie základných pojmov, zaradenie finančných derivátov do štruktúry finančného trhu 2. Termínové kontrakty - základné pojmy, význam a funkcie, princípy oceňovania 3. Forwardy na úrokovú mieru, oceňovanie a využitie, výpočet reálnej hodnoty 4. Forwardy na cudziu menu, oceňovanie a využitie, , výpočet reálnej hodnoty 5. Futures - špecifiká a spôsob obchodovania na burze 6. Futures na úrokovú mieru 7. Futures na cudziu menu 8. Ostatní futures - na indexy, CTD obligácie 9. Swapy - význam a využitie 10. Swapy na úrokovú mieru 11. Devízové swapy 12. Opčné obchody - význam a oceňovanie 13. Základné princípy obchodovania s opcami. 14. Obchodovanie s derivátmi vo vyspelých ekonomikách Tematický plán semináre: 1. Úvodný seminár 2. Cena termínového kontraktu, výnosy a náklady 3. Forwardy na úrokovú mieru	

4. Forwardy na cudziu menu
5. Futres na úrokovú mieru
6. Futures na cudziu menu
7. Ostatné futures na indexy, CTD obligácie
8. Úrokové swapy
9. Devízové swapy
10. Oceňovanie opcií
11. Parita Call & Put
12. Delta hedging a gama hedging
13. Kontrolný test

Odporúčaná literatúra:

Literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 111

A	ABS	B	C	D	E	FX
90,09	0,0	7,21	2,7	0,0	0,0	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 08.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMk/112M/18		Názov predmetu: Digitálne marketingové inovácie				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci:						
Dátum poslednej zmeny:						
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: 27						
A	ABS	B	C	D	E	FX
77,78	0,0	18,52	0,0	3,7	0,0	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.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: 221						
A	ABS	B	C	D	E	FX
83,26	0,0	10,86	4,07	0,0	0,0	1,81
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.KEF/190M/13	Názov predmetu: Ekologická ekonómia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 30% aktivita na cvičeniach - referáty 70% písomná skúška na konci semestra Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Základné znalosti o ekologickej ekonomii a jej využití v manažmente ekonomických statkov.	
Výsledky vzdelávania: Predmet vysvetľuje pohľad ekonomických teórií na realizáciu politiky životného prostredia. Je úvodom do ekologickej ekonomie postavenej na transdisciplinárnom prístupe a dáva si za cieľ preukázať vzájomné prepojenie vzťahov spoločenských a ekologických systémov a význam pre ich manažment.	
Stručná osnova predmetu: 1. Základné pojmy ekologickej ekonomie: termodynamické zákony, reziliencia a evolučná teória v ekonomii. Prepojenie socio-ekonomických a ekologických systémov a dôsledky pre udržateľnosť. Stabilita a zraniteľnosť prírodných systémov v globálnom prostredí. 2. Komparácia myšlienkových smerov ekonomických teórií a analýza vzájomných väzieb k ekologickej ekonomii. 3. Rozvojové teórie a globálne environmentálne zmeny: (a) sociálny metabolizmus (vyčerpávanie prírodných zdrojov a energie, populačný rast atd.) b) zelený rast sociálno-environmentálne aspekty modernej a postmodernej spoločnosti v kontexte stratégií EÚ 3. Inštitúcie ako nástroj manažmentu prírodných zdrojov a rozhodovanie 4. Kolektívna voľba a teória zdieľaných statkov ako stratégia manažmentu prírodných zdrojov podmienkach globálneho trhu 4. Spoločenské pravidlá fungovania ekonomických systémov, úloha štátu v trhovom hospodárstve: aplikácia v politike životného prostredia a manažmente prírodných zdrojov 8. Ekonomické hodnotenie ŽP: ortodoxný a heterodoxný prístup 9. Ekosystémové služby a trhové nástroje manažmentu prírodných zdrojov	
Odporúčaná literatúra: Sláviková, L. Vejchodská, E, Slavík J, a kol. Ekonomie životného prostredia – teórie a politika Alfa 2012.	

Michael Common, Sigrid Stagl: Ecological Economics, An Introduction. Cambridge University Press 2005.

Klúvanková-Oravská, Tatiana et al. 2010. From Government to Governance? New Governance for Water and Biodiversity in Enlarged Europe. Alfa Printing, 233s. ISBN 978-80-87197-28-8.

Anderies, J.M., Janssen, M.A. Sustaining the Commons, Arizona State University, 2013, pp. 167.

Louda, J., Jílková, J: Udržitelný rozvoj – ekonomický a politický pohľad, Alfa 2012.

Druga, P, Fedák M, Kahanec, M, Kičina R, Klúvanková-Oravská, T, Sipko, S, Vantuch J, 2011: Europa 2020. s. 108 publikácia EU, doi:10.2775/22335,

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 21

A	ABS	B	C	D	E	FX
38,1	0,0	28,57	14,29	0,0	0,0	19,05

Vyučujúci: prof. Mgr. Tatiana Klúvanková, PhD., Mgr. Veronika Gežík, PhD., Ing. Martin Špaček

Dátum poslednej zmeny: 20.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/161M/17	Názov predmetu: Ekonomia novej 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: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
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 energií, 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 financovať. 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.	

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.

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

Odporúčaná literatúra:

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. Sloomweg, 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. Sloomweg, 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: 9

A	ABS	B	C	D	E	FX
33,33	0,0	66,67	0,0	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: Mgr. Ján Smoleň, PhD., Mgr. Martin Rapoš

Dátum poslednej zmeny: 23.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/161AM/18	Názov predmetu: Ekonomia 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: I., 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.

Prevratné 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: 4

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

Vyučujúci: Mgr. Martin Rapoš

Dátum poslednej zmeny: 08.04.2019

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: 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, Verifikacná – 20 bodov, Argumentacná – 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), Verifikacná (1-3 týždne), Argumentacná (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: 175						
A	ABS	B	C	D	E	FX
90,29	0,0	5,14	2,29	0,57	0,0	1,71
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/193AJM/12	Názov predmetu: Európska integrácia /AJ/
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Semestrálny projekt malých skupín (3-5 študentov) o vybraných otázkach EÚ / CM - Semesterový test - Prezentácia semestrálneho projektu a diskusia / diskusia o vybraných témach	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Úvod do medzinárodných hospodárskych vzťahov (IER) a regionálnej integrácie (RI) - Stručná história vývoja v IER - Hlavné faktory súčasnej IER - globalizácia, medzinárodná regionálna ekonomika integrácia (IREI), medzinárodný obchod, priame zahraničné investície, medzinárodné organizácie, mimovládne organizácie atď. - Zníženie úlohy národných štátov / vlád v IER - Úloha Organizácie Spojených národov a jej špecializovaných agentúr v IER - Regionálne aspekty úlohy OSN v rámci IER a technická a finančná pomoc pre rozvojové krajiny - ďalšie dôležité medzinárodné organizácie týkajúce sa IER (OECD, WTO atď.) A ich úlohu v IER - Inštitucionalizácia IREI a jeho úloha v IER - modelová úloha EÚ inštitúcie - "Voľný obchod" ako základy IER a IREI - PZI ako dôležitý faktor pre rozvoj IER a IREI najmä pre rozvojových a prechodných krajín - IREI a jej úloha v rámci IER a pokiaľ ide o prebiehajúcu globalizáciu (hlavný stavebný blok a / alebo prekážka) - IREI ako dominantný a vývojový trend v súčasnej IER - Hlavné etapy IREI - Typy a špecifiká IREI - Základné pojmy a formy IREI - EÚ ako prototyp IREI - Stručná história EÚ a jej vplyv na rozvoj IREI a IER	

- EÚ a jej tri piliere ako nový prístup k IREI a IER
- Právne predpisy Spoločenstva a ich účinky na IREI a IER
- Inštitúcie EÚ a ich funkcie
- EÚ a jej pomoc rozvojovému svetu (krajiny AKT atď.)
- IREI, IER a EÚ vo svete
- Spoločné medzinárodné politiky ako nový dôležitý faktor a vývojový trend v EÚ IREI a IER
- Spoločné medzinárodné politiky v oblasti obchodu a zvykov
- Spoločná medzinárodná politika v oblasti regionálneho rozvoja
- Spoločné medzinárodné politiky v poľnohospodárstve - SPP
- Spoločná medzinárodná rozpočtová, finančná a menová politika, Euro
- Spoločná medzinárodná obchodná politika a vnútorný trh EÚ
- Úloha spoločnej zahraničnej a bezpečnostnej politiky na podporu IREI a IER
- súčasné vývojové trendy a problémy EÚ - Eurozóna, Grexit, Brexit, nelegálne Utečencov a Schengenu atď.
- Slovensko a jeho miesto v prebiehajúcej globalizácii, IREI a IER

Odporúčaná literatúra:

- 1) Craig, P., De Burca, G.: EU LAW, Text, Cases and Materials, Third Edition, Oxford, UK 2003, pp. 1-176
- 2) Soltes, D.: Global trends in FDI and regional integration, KEPS Bratislava 2004, pp. 33-113, 151-281
- 3) Lecture Notes
- 4) web site: <http://europa.eu.int> , <http://www.un.org>, <http://www.oecd.org>, etc.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 239

A	ABS	B	C	D	E	FX
38,91	0,0	42,26	14,64	2,93	0,42	0,84

Vyučujúci: prof. Ing. Dušan Šoltés, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 12.03.2018

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): Vnútrotrh 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: 175						
A	ABS	B	C	D	E	FX
48,0	0,0	26,86	12,57	5,71	2,86	4,0
Vyučujúci: prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., 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.KMk/108M/18		Názov predmetu: Event 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., 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Mgr. Martin Krajčík						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/012M/00		Názov predmetu: Expertné systémy				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 7						
A	ABS	B	C	D	E	FX
71,43	0,0	28,57	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: RNDr. Eva Kostrecová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/184M/12	Názov predmetu: FOREX
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Počas semestra študenti obchodujú na demo verzii obchodnej platformy, čím nadobúdajú skúsenosti pri tvorbe vlastnej stratégie obchodovania, ktoré zúžitkujú na konci semestra v podobe písomnej semestrálnej práce, t.j. počas stanoveného obdobia zobchodujú vlastnú stratégiu a vyhodnotia dosiahnuté výsledky. Táto práca sa bude hodnotiť podľa platnej stupnice študijného poriadku na FM UK. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: priebežné hodnotenie 30 bodov (%)hodnotenie na záver semestra 70 bodov (%)	
Výsledky vzdelávania: Predmet rozširuje teoretické východiská obchodovania na devízových trhoch. V praktickej rovine aplikuje nadobudnuté znalosti pri obchodovaní na obchodnej platforme prostredníctvom demo verzie vybraného brokera. Študent tak dokáže: a) aplikovať hlboké a prierezové vedomosti v oblasti obchodovania na devízových trhoch a zaujímať kritické postoje k existujúcim teóriám v predmetnej oblasti, b) využívať sofistikované metódy a postupy tak technickej ako aj fundamentálnej analýzy vývoja na devízových trhoch na úrovni zodpovedajúcej medzinárodným kritériám c) preukázať schopnosť získať a analyzovať dáta a informácie aj z iných odborov a synergicky konštruovať odporúčania v oblasti zdokonaľovania známych prístupov obchodovania na forexovom trhu v reálnom živote	
Stručná osnova predmetu: 1. Stručná história forexového obchodovania, podstata FOREXu 2. Nástroje obchodovania na FOREXe, spotové obchody a objednávky. 3. Základné príkazy na obchodnej platforme. Obchodovanie na reálnych a na lepších cenách prostredníctvom vybranej obchodnej platformy 4. Oboznámenie sa s demo verzou obchodnej platformy. 5. Využitie deskriptívnej štatistiky pri analýze na FOREXe 6. Grafická analýza vývoja devízových kurzov (technická analýza, trendovanie, typy grafov a ich vypovedacia schopnosť) 7. Trendové indikátory a oscilátory 8. Indexy volatility a predikujúce indikátory	

9. Fundamentálne stratégie na forexe I.
10. Fundamentálne stratégie na forexe II.
11. Money manažment na forexe
12. Pokročilé stratégie obchodovania na devízových trhoch.
13. Záverečné vyhodnotenie semestrálnych prác

Odporúčaná literatúra:

1. Demjan V., Ižip R., Moravčík, M.: Pravda a mýty o forexe. Bratislava: TRIM S& P 2011
2. FOREX – jak zbohatnout a nekrást. Grada ISBN 978-80-247-3739-3
3. Hartman, O. – Turek, L.: První kroky na FOREXu. Computer Press 2009
4. Hartman, O. – Turek, L.: Manuál forexového obchodníka. Czechwealth 2009
5. Hartman, O.: Jak se stát forexovým obchodníkem. FXstreet 2009
6. Horner, R. : FOREX tradingem k maximálním ziskům. Computer Press 2011
7. Chovancová, B. – Árendáš, P. - Kotlebová, J. – Malacká, V. – Pilch, V. (2016) Finančný trh. Bratislava: Iura Edition 2016
8. Archer, M. D. (2012). Getting Started in Currency Trading. New Jersey: John Wiley & Sons 2012. Fourth Edition. ISBN 978-1-118-25165-2
9. MacDonald, R. (2007). Exchange Rate Economics: Theories and Evidence, Routledge. Oxon, 2007, ISBN 978-0-415-14878-8

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 74

A	ABS	B	C	D	E	FX
16,22	0,0	12,16	28,38	17,57	4,05	21,62

Vyučujúci: doc. Ing. Jana Kotlebová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 07.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/156M/10			Názov predmetu: Finančné poradenstvo a finančné produkty			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: • Úvod do problematiky • Bankové produkty • Poistné produkty • Leasing • Investovanie a podielové fondy • Princíp tvorby finančného portfólia • Obsah finančného portfólia • Využitie finančných produktov v malom a strednom podnikaní						
Odporúčaná literatúra: 1. Chovancová, B. a kol.: Finančný trh – nástroje, transakcie, inštitúcie. Bratislava, IURA Edition, 2006						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 127						
A	ABS	B	C	D	E	FX
98,43	0,0	1,57	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Mgr. Jan Janac, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 26.02.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/003M/00	Názov predmetu: Firemný etický kódex
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): ---	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Ide o 100 % priebežné hodnotenie na základe plnenia zadaných úloh (90%) a aktívnej účasti na hodine (10%). Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Študenti získajú najnovšie poznatky o tvorbe firemných etických kódexov a naučia sa metodiku ich tvorby.	
Stručná osnova predmetu: 1. Etický program organizácie. 2. Inštitucionalizácia etiky v organizácii. 3. Podstata etických kódexov. 4. Formy etického kódexu. 5. Význam firemného etického kódexu. 6. Postup pri tvorbe firemného etického kódexu. 7. Obsah firemného etického kódexu. 8. Štruktúra firemného etického kódexu. 9. Mechanizmy na podporu firemného etického kódexu. 10. Aplikácia firemného etického kódexu. 11. Kontrola fungovania firemného etického kódexu. 12. Zmena firemného etického kódexu.	
Odporúčaná literatúra: REMIŠOVÁ, A. (2015). Súčasný trendy podnikateľskej etiky. Od teórie k praxi. Bratislava: Wolters Kluwer. Vybrané etické kódexy na internete.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	

slovenský a anglický						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 139						
A	ABS	B	C	D	E	FX
81,29	0,0	11,51	3,6	1,44	0,0	2,16
Vyučujúci: prof. PhDr. Anna Remišová, CSc., doc. Mgr. Anna Lašáková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 05.06.2017						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/144M/10	Názov predmetu: Francúzsky seminár (1)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Koniec semestra: písomný test 70%	
Výsledky vzdelávania: Poskytnúť praktický pohľad na vybrané segmenty finančných trhov, s hlavným dôrazom na techniky zabezpečenia sa proti rizikám a stratégie obchodovania na devízových a úrokových trhoch.	
Stručná osnova predmetu: Časová hodnota peňazí: Rekapitulácia základných konceptov časovej hodnoty peňazí (súčasná hodnota, budúca hodnota, annuita, perpetuita, výnosy peňažných trhov...) aplikáciou na príklady z praxe. Devízové trhy: Spotové trhy - definícia kurzového rizika, inštitúcie pôsobiace na devízových trhoch, spracovanie transakcií, priame a nepriame kotácie, krížové kotácie, riadenie otvorených pozícií, výpočet ziskov a strát, tvorcovia trhu a užívatelia trhu. Forwardové trhy – výpočet nákupných a predajných cien, hedgingové stratégie, krížové kotácie, výpočet ziskov a strát. Swapové trhy – hedgingové a obchodné stratégie. Opčné trhy – základné “vanilla” opcie. Trhy úrokových sadzieb: Definícia rizika úrokových sadzieb, tvorcovia trhu a užívatelia, nástroje zabezpečenia sa proti úrokovým rizikám (Forward rate agreement, úrokové swapy, úrokové opcie).	
Odporúčaná literatúra: Literatúra: „Foreign Exchange and Money markets: Theory, Practice and Risk management“. Bob Steiner	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, francúzsky	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 80						
A	ABS	B	C	D	E	FX
77,5	0,0	15,0	3,75	2,5	0,0	1,25
Vyučujúci: Mgr. Anna Jurišová, Dr. Frédéric Delaneuville, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 14.02.2018						
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: 42						
A	ABS	B	C	D	E	FX
85,71	0,0	7,14	4,76	0,0	0,0	2,38
Vyučujúci: 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: 70						
A	ABS	B	C	D	E	FX
48,57	0,0	28,57	11,43	1,43	1,43	8,57
Vyučujúci: Dr. Frédéric Delaneuville, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMk/110M/18		Názov predmetu: Google marketingové nástroje				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, 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
80,77	0,0	7,69	7,69	0,0	0,0	3,85
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: 37						
A	ABS	B	C	D	E	FX
45,95	0,0	18,92	21,62	2,7	2,7	8,11
Vyučujúci: PhDr. Peter Veselý, PhD., Mgr. Martina Halás Vančová, 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/013M/00	Názov predmetu: Informačné a komunikačné technológie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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 informačných a komunikačných technológiách. Predmet poskytuje prehľad o technickom a programovom vybavení systémov založených na počítačových technológiách. Ťažiskom sú mobilné, desktopové, serverové systémy a aj embedded platformy, ich charakteristika a súvisiace komunikačné technológie. Diskutované technológie sú rozvíjané z pohľadu tvorby softvérových aplikácií a technického vybavenia. Dôraz je kladený na oblasť moderných informačných a komunikačných technológií využívaných v podnikoch. V 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 a vývoja IKT, porozumie novým pojmom z tejto oblasti, dokáže analyzovať a aplikovať tieto poznatky v odborných predmetoch.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do problematiky. (história, informácie, dáta, technológie) - Historický vývoj výpočtových systémov. Terminológia a vysvetlenie pojmov. 2. Hardvér - Vysvetlenie základných architektúr výpočtových zariadení. Vysvetlenie hlavných princípov a rozdielov mobilných zariadení, pracovných staníc, serverov a kláštrov, embedded výpočtových zariadení. 3. Operačné systémy Windows, OSX, Linux 4. Softvér - Prierez softvéru využívaného v podnikovej praxi. Moderný prístup k tvorbe softvéru (open source, programovacie jazyky a prostredia, mobilné aplikácie a cross-platform softvér, cloud computing)	

5. Siete - Základné princípy sietí, komponentov siete. Prepájanie informačných technológií. Princíp siete internet.
6. Štátne a medzinárodné informačné systémy eGovernment, eHealth
7. Bezpečnosť informačných technológií - Fyzická bezpečnosť, softvérová bezpečnosť, organizačná bezpečnosť.
8. Moderné trendy v IKT - IOT, Kvantové počítače.

Odporúčaná literatúra:

- [1.] Gorana Celebic, Dario Ilija Rendulic. Basic Concepts of Information and Communication Technology. (2011) Handbook ISBN: 978-953-56758-7-7
- [2.] Ing. Vladislav Sivý. DIGITÁLNE KOMPETENCIE ECDL – modul 1 ZÁKLADY INFORMAČNÝCH TECHNOLOGIÍ. (2006). ISBN 80-8068-530-4
- [3.] Prof. Ing. Vladimír Sedlák, PhD. – Ing. Peter Lošonczi, PhD. – Prof. Ing. Imrich Kiss, Csc. BEZPEČNOSTNÉ INFORMAČNÉ TECHNOLOGIE. (2008) ISBN : 978-80-89282-26-5
- [4.] Kevin Jackson, Cody Bunch, Egle Sigler, 2015, OpenStack Cloud Computing Cookbook - Second Edition, ISBN 13: 9781782167587
- [5.] Matilda Drozdová, Ludovít Mikuš a Peter Palúch. Komunikačné technológie 1 Vydavateľstvo: EDIS, 2014. ISBN: 9788055408354
- [6.] Josef Požár. 2010. Manažerská informatika CZ Vydavateľstvo: Aleš Čeněk. Edícia: Vysokoškolské učebnice. ISBN: 9788073802769
- [7.] Editors: Conti, M., Orcioni, S., Martínez Madrid, N., Seepold, 2011. Solutions on Embedded Systems. R.E.D. (Eds.)
- [8.] Dominique Guinard, Vlad Trifa, 2016. Building the Web of Things: With examples in Node.js and Raspberry Pi 1st Edition. ISBN-13: 978-1617292682

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 88

A	ABS	B	C	D	E	FX
92,05	0,0	2,27	3,41	0,0	0,0	2,27

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

- Wilson, J. (1989). Bureaucracy. New York: Basic Books.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Anglický						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Jana Trnovská, Mgr. Rastislav Molnár						
Dátum poslednej zmeny: 13.06.2017						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/018M/00	Názov predmetu: Intranet
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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: 133						
A	ABS	B	C	D	E	FX
87,22	0,0	8,27	0,75	0,0	0,0	3,76
Vyučujúci: PhDr. Peter Veselý, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD., 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.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: 438						
A	ABS	B	C	D	E	FX
95,21	0,0	2,97	0,91	0,46	0,0	0,46
Vyučujúci: Ing. Vincent Karovič, PhD., 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.KSP/057M/14		Názov predmetu: Intrapreneurship				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 2						
A	ABS	B	C	D	E	FX
50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0
Vyučujúci: Mgr. Jana Volná, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
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: 195						
A	ABS	B	C	D	E	FX
69,74	0,0	21,54	6,67	1,03	0,0	1,03
Vyučujúci: prof. Ing. Božena Chovancová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 07.02.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/189M/13		Názov predmetu: Kolektívny manažment a kolektívna voľba				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: príprava a prezentácia referátu na vybranú tému sylabu predmetu a aktívna účasť na seminároch formou individuálnych zadaní.						
Výsledky vzdelávania: Očakávaným výsledkom je nadobudnutie znalostí z obasti kolektívneho manažmentu verejných a zdieľaných statkov, samostatná a skupinová práca						
Stručná osnova predmetu: 1. Typológia ekonomických statkov a režimov manažmentu 2. Zdieľané statky a komunitný režim manažmentu 3. Kolektívna voľba ako stratégia manažmentu podmienkach globálneho trhu 4. Analitické prístupy k hodnoteniu efektívnosti režimov manažmentu 5. Príklady aplikácie z praxe manažmentu prírodných a urbánnych statkov						
Odporúčaná literatúra: Sláviková, L. Vejchodská, E, Slavík J, a kol. Ekonomie životného prostredia – teórie a politika Alfa 2012. Anderies, J.M., Janssen, M.A. Sustaining the Commons, Arizona State University, 2013, pp. 167.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 9						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	88,89	11,11	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: prof. Mgr. Tatiana Kľuvánková, PhD., Mgr. Veronika Gežík, PhD., Ing. Martin Špaček						
Dátum poslednej zmeny: 05.03.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/010M/00	Názov predmetu: Komunikačné techniky v marketingu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 70% priebežné hodnotenie, 30% skúšobné obdobie Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 70/30	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je prehĺbenie základných všeobecných poznatkov o profesionálnej komunikácii manažéra v marketingu a poznatkov o vybraných nástrojoch marketingovej komunikácie.	
Stručná osnova predmetu: Sociálna komunikácia . Teória komunikácie. Masová komunikácia. Komunikačné techniky manažéra v obchodnom rokovaní . Komunikačné techniky lobovania. Interkultúrne rozdiely v komunikačných technikách v marketingu. Komunikácia s verejnosťou. Prezentácie manažérov v marketingovej komunikácii. Uplatnenie komunikačných zručností manažéra v marketingu. Predajné zručnosti manažérov. Techniky guerillového marketingu. Klamstvo, lož, manipulácia v marketingu. Etika v marketingovej komunikácii. Využitie vybraných prvkov NLP v marketingu.	
Odporúčaná literatúra: ČERNÝ , V . 2003. Prodejní techniky. Brno : Computer Press, 2003.ISBN 9788025100325 DEFLEUR, M.L. – ROKEACHOVA- BALLOVÁ , D .J.1996. Teorie masové komunikace. Praha : Univerzita Karlova,1996.ISBN 8071840998 HORÁKOVÁ , J. –STEJSKALOVÁ , D. – ŠKAPOVÁ, H. 2000. Stratégie firemní komunikace. Praha : Management Press,2000.ISBN 9788072611782 HURST, B.1994. Encyklopedie komunikačních technik. Praha: Grada Publishing , 1994. ISBN8085424401 KOTLER, P-KELLER,K.L.2007.Marketing management.Analýza,plánování,využití, kontrola.Praha: Grada Publishing,2007.787 s.ISBN 9788024713595	

KOPECKÝ, L.2013.Public relations.Dejiny-teorie.praxe.Praha: Grada publishing,2013.ISBN 9788024742298
 SCOTT,D.M.2008.Nová pravidla marketingu a PR. Brno: Zoner, 2008.ISBN 9788086815930
 SEITEL,F.P.2007.THE practice of public relations.New Jersey: Prentice Hall 2007. 442s.ISBN 0132304511
 VYSEKALOVÁ, J.2014.Emoce v marketingu.Praha : Grada publishing,2014.ISBN 9788024748436

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 69

A	ABS	B	C	D	E	FX
49,28	0,0	28,99	11,59	4,35	1,45	4,35

Vyučujúci: doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 15.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/007M/00	Názov predmetu: Komunikácia s verejnosťou - PR
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 60% priebežné hodnotenie, 40% skúšobné obdobie Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť základné informácie o východiskách, zásadách a praxi komunikácie s verejnosťou, budovanie vzťahov k verejnosti a spôsoby využívania nástrojov public relations v manažmente a v marketingu.	
Stručná osnova predmetu: Komunikácia ako spoločenský fenomén. PR ako forma komunikácie. Public relations ako funkcia manažmentu. PR ako nástroj riadenia. Public relations ako nástroj marketingovej komunikácie-súčasť komunikačného mixu. Nástroje public relations. Plánovanie, organizácia PR. Práca s agentúrami PR. Východiská PR. Podniková identita, dizajn, kultúra, komunikácia a imidž. Press relations. Verejná mienka. Hovorca. Tlačová beseda. Public relations a etika v podnikaní. Kodexy. Public affairs. Lobbying. Public relations a krízová komunikácia. Nové trendy v PR.	
Odporúčaná literatúra: BLACK, Sam. 1994. Nejúčinnější propagace. Public relations. Praha: Grada Publishing, 1994. LESLY, Philip. 1995. Public relations. Praha: Victoria Publishing, 1995. KOTLER, Philip. 1998. Marketing Management. Analýza, plánování, využití, kontrola. Praha: Grada Publishing, 1998. KOPECKÝ, Ladislav. 2013. Public relations. Dějiny – teorie – praxe. Praha: Grada Publishing, 2013...	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ, AJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 152						
A	ABS	B	C	D	E	FX
66,45	0,0	21,05	6,58	2,63	1,97	1,32
Vyučujúci: doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/311M/18	Názov predmetu: Korporátne bankovníctvo
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: Na úspešné absolvovanie predmetu je potrebná aktívna účasť na seminári, ako aj samostatná práca v podobe písomnej seminárnej práce a prezentácia výsledkov seminárnej práce na seminári. Potrebná je aj priebežná príprava na jednotlivé hodiny a krátka prezentácia na vybranú tému súvisiacu s predmetom. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Písomná seminárna práca: 30 %, Prezentácia výsledkov seminárnej práce: 30%, Krátka prezentácia na vybranú tému 10%, Aktivita na seminároch 30%.	
Výsledky vzdelávania: Študenti by mali porozumieť procesu schvaľovania financovania v korporátnej banke a úlohám jednotlivých oddelení (oddelenie financovania, riadenia rizika, právne oddelenie) v procese schvaľovania a poskytovania financovania. Absolvent by mal vedieť posúdiť schopnosť podniku získať financovanie na základe finančných výkazov. Študenti by mali vedieť vedomosti získané v predmetoch účtovníctvo, finančné účtovníctvo a mikro/makro ekonómia použiť pri posudzovaní finančnej sily podniku a jeho schopnosti získať a splácať financovanie.	
Stručná osnova predmetu: Financovanie ako kľúčový produkt korporátnej banky Finančná analýza podniku - čítanie finančných výkazov a otázky pre klienta Nastavenie parametrov financovania - porozumenie potrebe financovania a nastavenie štruktúry Schvaľovanie financovania - oddelenie rizika Zmluvná dokumentácia - právne oddelenie Projektové financovanie - štrukturované a projektové financovanie	
Odporúčaná literatúra: Tkáčová, D. – Belás, J. – Horvátová, E. – Chovancová, B. – Malacká, V. (2017). Finančné trhy a bankovníctvo. Bratislava: Wolters Kluwer, 2017. ISBN 978-80-7552-528-4 Zalai K. 2016. Finančno-ekonomická analýza podniku. Bratislava: Sprint dva, 2016. ISBN 9788089710225	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	

slovenský, anglický						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 7						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	28,57	71,43	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc., Mgr. Viktor Štrba						
Dátum poslednej zmeny: 23.08.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/011M/00	Názov predmetu: Kreativita v marketingu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 70 percent počas semestra, 30 percent v skúšobnom období Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je oboznámiť študentov s princípmi kreatívnej tvorby v marketingovej komunikácii, so základnými kreatívnymi technikami, ktoré sa využívajú pri tvorbe marketingových a reklamných kampaní. Štruktúra predmetu zahŕňa faktory ovplyvňujúce kreativitu, proces hľadania systémových chýb a nachádzania kreatívnych riešení. Sústreďuje sa hlavne na riešenia vychádzajúce z praxe kreatívnych tímov, na prepracované techniky brainstormingu, SWOT analýzy, synektiky, vytvárania myšlienkových máp a prípravy veľkých inscenovaných podujatí. Všíma si aj zákonitosti, ktoré platia pri vytváraní nových silných značiek, ako aj princípy starostlivosti o úspešné značky pomocou reklamných kampaní a PR aktivít.	
Stručná osnova predmetu: 1. Kreativita v marketingovej komunikácii – úvod do problematiky. 2. Kreativita a jej rozvíjanie. 3. Kreatívne techniky v praxi. 4. SWOT analýza a myšlienkové mapy. 5. Kreativita pri tvorbe novej značky. 6. Ako briefovať agentúru – komunikačné zadanie. 7. Kreatívna činnosť v reklamných agentúrach. 8. Kreatívna činnosť v PR agentúrach. 9. Tvorba reklamnej kampane. 10. Tvorba reklamných televíznych a rozhlasových scenárov. 11. Kreativita pri inscenovaní veľkých firemných a spoločenských podujatí. 12. Kreativita v politickom marketingu. 13. Prezentácie reklamných kampaní kreatívnymi tímami študentov. 14. Záverečný test a hodnotenie.	
Odporúčaná literatúra: Dahlen, Micael. Creativity unlimited : thinking inside the box for business innovation / Chichester, England; Hoboken, N.J. : John Wiley,, c2008. elektronický zdroj http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10377812 Philip Kotler: Marketing management, Praha, Grada Publishing 2001. 2. Petr Žák: Kreativita a její rozvoj, Brno, Computer Press 2004. 3. Pavel Horňák: Nová abeceda reklamy, Central European Advertising 2003.	

4. Jon Steel: Reklama, průzkum, příprava a plánování, Brno, Computer Press 2003. 5. David A. Aaker: Brand Building, Brno, Computer Press 2003. 6. Z. Křížek, I. Crha: Jak psát reklamní text, Praha. Grada Publishing 2003. 7. David Ogilvy: Ogilvy o reklamě, Praha, Managment Press 1996. 8. Strategie.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 175						
A	ABS	B	C	D	E	FX
78,86	0,0	17,71	2,29	0,57	0,0	0,57
Vyučujúci: PhDr. Jozef Heriban						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/022M/00	Názov predmetu: LINUX
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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: Študent absolvovaním predmetu získa zručnosti v oblasti operačného systému Linux s využitím programového vybavenia, ktoré má fakulta k dispozícii a získa hlbšie teoretické poznatky z oblasti POSIXových operačných systémov. Vzdelávanie je v alternatívnej forme rozdelené do 4 fáz AKVA – Analytická (2-4 týždne), Koncepčná (2-4 týždne), Verifikačná (1-3 týždne), Argumentačná (1-3 týždne).	
Stručná osnova predmetu: • Historický vývoj pohľadov na software a jeho tvorbu. Od kolektívnej inteligencie po komunitný vývoj. • Princípy a riadenie vývoja open-source projektov, zdroje motivácie komunitných vývojárov • Formalizácia a inštitucionalizácia open-source projektov, úspešné komerčné a nekomerčné projekty a ich obchodné modely • Úvod do operačného systému GNU/Linux, prehľad jeho distribúcií a príbuzných systémov • Inštalácia systému, základných programových balíkov, príprava systému pre bežné kancelárske a domáce použitie, nastavenie periférnych zariadení. • Úvod do serverových služieb pre malú počítačovú sieť, nastavenie siete a bezpečnosť • Práca s príkazovým riadkom a špecializovanými programami v prostredí GNU/Linux	
Odporúčaná literatúra: [1]. CHRISTOPHER NEGUS, 2015. Linux Bible. 9th Edition. B.m.: WILEY. ISBN: 978-1-118-99987-5. [2]. WILLIAM SHOTTS, 2012. The Linux Command Line [online]. 1st Edition [cit. 9. február 2018]. ISBN: 978-1593273897. Dostupné na: http://linuxcommand.org/tlcl.php	

[3]. VOGEL, K.: Producing Open-source Software. O'Reilly Media, Sebastopol, California, 2005						
[4]. RAYMOND, E. S.: The Cathedral and The Bazaar. O'Reilly Media, Sebastopol, California, 1999						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, anglický jazyk						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 398						
A	ABS	B	C	D	E	FX
95,23	0,0	3,77	1,01	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Vincent Karovič, PhD., 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/056M/09	Názov predmetu: Lobing v Európskej únii
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania: Stručná osnova predmetu: 1. Základné princípy lobingu Pojem lobingu. História lobingu. Lobing ako legitímny nástroj presadzovania záujmov. Tradičné a moderné prístupy k lobingu: Druhy a formy lobingu. Proces a nástroje lobingu. Etické aspekty lobingu a jeho regulácia. 2. Lobing v Európskej únii Tvorba európskych politík, uplatnenie a význam lobingu v tomto procese. Aktéri lobingu v EÚ. Hlavné oblasti lobingu v EÚ. Pravidlá a regulácia lobingu v EÚ: lobing v Európskom parlamente a Európskej komisii.. Európska iniciatíva za transparentnosť. Porovnanie prístupov k regulácii lobingu v EÚ a USA. Lobing vo vybraných krajinách EÚ. Lobing na Slovensku a slovenskí aktéri na bruselskej lobingovej scéne. 3. Lobing ako súčasť manažmentu v prostredí EÚ: Korporátny lobing,. Lobing ako manažment verejných záležitostí (Public affairs management). Organizované záujmy: asociácie a tvorba koalícií. Lobing obchodných spoločností vo vlastnom záujme. Profesionálne firmy pôsobiace v oblasti “ Public affairs“. Princípy úspešného lobovania.	
Odporúčaná literatúra: SCHENDELEN, V.R.: Jak lobbovat v Bruseli aneb Machiavelli v Brüsselu, Principal & Barrister, Praha 2004 PAVLOVIČ, B, LIPKOVÁ.D.: Lobing v Európskej únii, MZV SR, Bratislava 2006 www.corporateeurope.org GEIGER, T.: EU lobbying handbook, Helios Media, Berlin 2007	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovensky	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 113						
A	ABS	B	C	D	E	FX
70,8	0,0	23,01	1,77	1,77	0,0	2,65
Vyučujúci: doc. PhDr. Marian Šuplata, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 06.03.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/105_M/12		Názov predmetu: Lokálne počítačové siete a ich správa				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3						
A	ABS	B	C	D	E	FX
33,33	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	66,67
Vyučujúci: Ing. Pavol Gono						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/MIS-M/13		Názov predmetu: MIS - špeciálne témy				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 52						
A	ABS	B	C	D	E	FX
96,15	0,0	0,0	0,0	0,0	1,92	1,92
Vyučujúci: doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 34						
A	ABS	B	C	D	E	FX
73,53	0,0	5,88	5,88	14,71	0,0	0,0
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., 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.KEF/267B/16	Názov predmetu: Makroekonomický vývoj a hospodárske politiky na Slovensku
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: Očakávajú sa úvodné vedomosti z makroekonomickej teórie na úrovni učebníc ako je Samuelson, Mankiw, alebo Krugman. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Písomná skúška na záver predmetu	
Výsledky vzdelávania: Absolventi kurzu získajú prehľad o otázkach makroekonomického vývoja na Slovensku a tiež o najdôležitejších témach, ktorým sa hospodárska politika venovala v minulosti. Umožní im zasadiť rozhodnutia hospodárskej politiky do kontextu makroekonomického vývoja doma aj v zahraničí. Bude sa venovať aj vplyvu finančnej krízy a najnovším výzvam v menovej a fiškálnej politike.	
Stručná osnova predmetu: 1. Dlhodobé trendy v ekonomickom vývoji Slovenska (beta konvergenca, životná úroveň, pasca stredného príjmu) 2. Ekonomické cykly (IS-LM model, reálny kurz, dvojité deficit, veľká recesia) 3. Trh práce na Slovensku (Okunovo pravidlo) 4. Dôchodkové systémy (dôchodková reforma, udržateľnosť) 5. Menová politika (rôzne obdobia, ciele a nástroje menovej politiky, Taylorovo pravidlo) 6. Aktuálna menová politika v eurozóne (doterajšia skúsenosť s eurom) 7. Fiškálna politika (rôzne obdobia, veľkosť a cena dlhu, fiškálny multiplikátor) 8. Aktuálna fiškálna politika (smerovanie k vyrovnanému rozpočtu) 9. Veľká recesia (dôvody vzniku, optimálna reakcia) 10. Najnovšie trendy v menovej politiky (ZLB, neštandardné opatrenia) 11. Najnovšie trendy vo fiškálnej politike (fiškálne pravidlá, fiškálna rada) 12. Otvorené otázky v eurozóne (banková únia, fiškálna integrácia)	
Odporúčaná literatúra: Mankiw, Gregory N., Taylor, Mark P.: Macroeconomics alebo Samuelson, Paul A., Nordhaus, William D.: Ekonómia, 18. vyd.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 18						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	38,89	33,33	16,67	11,11	0,0
Vyučujúci: Mgr. Ján Tóth, prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc.						
Dátum poslednej zmeny: 06.03.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/044M/17		Názov predmetu: Manažment dát v SASe				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/147M/17		Názov predmetu: Manažment inovácií - špeciálne témy				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 2..						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Peter Balco, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KSP/051M/11			Názov predmetu: Manažment inovácií a zmien			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: 1. Význam inovácií pre podniky a spoločnosť. 2. Druhy inovácií a zdroje inovačných príležitostí. 3. Inovačné stratégie. 4. Výskum, vývoj a manažment technológií. 5. Koncepcia otvorených inovácií. 6. Procesy a organizácia inovačných aktivít. 7. Metódy používané v úvodnej fáze inovačného procesu. 8. Metódy používané v realizačnej fáze inovačného procesu. 9. Inovácie služieb.						
Odporúčaná literatúra: TIDD, J. – BESSANT, J. – PAVITT, K. Řízení inovací : zavádění technologických tržních a organizačních změn. Brno : Computer Press, 2007. BOROVSKÝ, J. – GÁL, P. Inovácie a transfer technológií. Bratislava : Eurounion, 2005. KOŠTURIÁK, J. – CHAL, J. Inovace : vaše konkurenční výhoda! Brno : Computer Press, 2008. PITRA, Z. Management inovačných aktivít. Praha : Professional, 2006. HIPPEL, E. v. Democratizing innovation. Cambridge : MIT Press, 2005. BOUTELLIER, R. – GASSMANN, O. – ZEDTWITZ, M. v. Managing global innovation : uncovering the secrets of future competitiveness. 3rd ed. Berlin : Springer, 2008. STERN, T. – JABERG, H. Erfolgreiches Innovationsmanagement : Erfolgsfaktoren, Grundmuster, Fallbeispiele. 3. Aufl. Wiesbaden : Gabler, 2007.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 151						
A	ABS	B	C	D	E	FX
78,15	0,0	15,89	3,97	0,66	0,0	1,32
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KSP/012M/00			Názov predmetu: Manažment kvality			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 45						
A	ABS	B	C	D	E	FX
82,22	0,0	11,11	6,67	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Milan Fekete, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
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:						
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: 38						
A	ABS	B	C	D	E	FX
71,05	0,0	23,68	5,26	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Milan Fekete, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
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: 226						
A	ABS	B	C	D	E	FX
91,15	0,0	0,0	1,33	0,0	0,0	7,52
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/060M/09	Názov predmetu: Manažment portfólia a kolektívne investovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Bankovníctvo, Finančné trhy a inštitúcie	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Nevyhnutnou súčasťou absolvovania tohto predmetu je hlavne vlastná projektová práca v teamoch, keď študenti pracujú na konkrétnych problémoch, ktoré prezentujú v power pointe a vedú diskusiu k danej oblasti. Popri tom zostavujú aj portfólia investícií do portfólií fondov, kde skúmajú aj skladbu portfólií jednotlivých fondov. Minimálnou požiadavkou je získať 55 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študent absolvovaním tohto predmetu získava znalosti z oblasti kolektívneho investovania, tvorba efektívneho portfólia. Zámerom je tiež poznať mechanizmus fungovania niektorých špecifických foriem fondov na kapitálových trhoch. Svoje získané poznatky môže uplatniť pri práci v asset manažérskych inštitúciách a pod.	
Stručná osnova predmetu: 1. Teória portfólia – Markowitzov a Sharpov model. Tvorba efektívneho a optimálneho portfólia. Riadenie a hedging akciového portfólia. 2. Riadenie dlhopisového portfólia a jeho zaistenie. 3. Fondový priemysel a jeho typológia. 4. Kvantitatívne a kvalitatívne ukazovatele. Rating a scoring fondov. 5. Špecifické fondy. ETF, hedge fondy. Komoditné fondy a fondy nehnuteľnosti. 6. Investičný plán a jeho stupne. Investičné stratégie a ich typy. 7. Typy investorov a modelovanie ich portfólia. Stratégie investovania podľa rizikovej náklonnosti investorov. 8. Investičná stratégia podľa frekvencie obchodovania a veľkosti kapitálu. 9. Komparácia fondového priemyslu v USA a EU. 10. Penzijné fondy na kapitálových trhoch a ich špecifiká. 11. Dôchodkové fondy v SR a ich výkonnosť. 12. Suverénne fondy vo svete a ich špecifiká. 13. Aktuálne problémy kolektívneho investovania vo svete.	
Odporúčaná literatúra:	

Chovancová, B., Žofčák, S.: Kolektívne investovanie, IURA Publishing, Bratislava 2012
 ÁRENDÁŠ, Peter - CHOVANCOVÁ, Božena - GVOZDJÁK, Vladimír - HUDCOVSKÝ, Jaroslav - DOROCÁKOVÁ, Michaela - SLOBODNÍK, Patrik. Dôchodkové fondy vo svete a na Slovensku. Bratislava : Wolters Kluwer, 2017. 212 s. ISBN 978-80-8168-663-4.
 Siegel, J.: Investice do akcií, Běh na dlouhou trať, Grada 2011,
 Graham, B.: Inteligentní investor, Grada. Praha 2007
 Smernice EÚ z oblasti kolektívneho investovania.

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 191

A	ABS	B	C	D	E	FX
55,5	0,0	35,6	4,71	1,57	1,57	1,05

Vyučujúci: prof. Ing. Božena Chovancová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 07.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/037M/18		Názov predmetu: Manažment projektov - manažérsky prístup				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

. kľúčové riziká a výpočet kapitálovej požiadavky na ich krytie Riadenie rizík v nefinancných inštitúciách . ERM systém a jeho kľúčové komponenty . Stanovenie cieľov, identifikovanie rizikových udalostí, Posúdenie rizika, meranie rizika, stanovenie aktivít na jeho mitigáciu, Monitoring a kontrola. . Kľúčové fázy implementácie ERM podľa COSO.						
Odporúčaná literatúra: 1. Saunders / Cornett, Financial Institutions Management. (Fifth Edition), McGraw-Hill, 2005. ISBN: 0-07-3046671. 2. Monahan, G. : Enterprise Risk Management. A Methodology for Achieving Strategic Objectives. John Wiley & Sons, 2008 – dostupná pre štúdium online 3. Aktuálne články, smernice EU a pod. budú distribuované v priebehu semestra.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský/anglický						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 77						
A	ABS	B	C	D	E	FX
53,25	0,0	18,18	15,58	3,9	3,9	5,19
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

- Meranie tvorby hodnoty v banke.

Odporúčaná literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

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

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 60

A	ABS	B	C	D	E	FX
70,0	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	5,0

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

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/017M/00	Názov predmetu: Marketing regiónov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 10 % - priebežné hodnotenie, aktívna participácia na procese výučby v priebehu semestra 90 % - spracovanie a prezentácia seminárnej práce z dohodnutej tematiky vychádzajúcej zo zadania a požiadaviek navštíveného regiónu Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Študent získava znalosti s využívaním marketingu v špecifickej oblasti marketingu územných jednotiek v rozsahu miest, obcí a regiónov. Popri absolvovaní teoretickej prípravy študent na predmete realizuje výjazd do terénu, kde sa oboznamuje s podmienkami využívania marketingu v praxi. Na základe reálií navštíveného územia a požiadaviek zástupcov samosprávy študent spracúva výstup v podobe marketingovej štúdie. Výstupy študent prezentuje pred zástupcami obce resp. jej obyvateľmi.	
Stručná osnova predmetu: Základňa pre využitie marketingových nástrojov v marketingu regiónov. Typológia regiónov, miest a obcí (NUTS a LAU kategorizácia). Marketingové prostredie regiónov (praktické problémy v dedinách a mestách na Slovensku). Konkurencia a jej tlak na regionálny rozvoj. Segmentácia, pozicionovanie a lokalizácia organizácií a jednotlivcov vo vnútri a mimo regiónov. Marketingový mix a jeho adaptácia pre marketingovú stratégiu v konkrétnom regióne/meste/obci. Kooperácia marketingových manažérov a multiprofesionalizácia v procese tvorby marketingovej stratégie.	
Odporúčaná literatúra: Dostupná vo fakultnej knižnici: DOBRUCKÁ, L. et al., 2007. Strategický rozvojový plán obce. Bratislava: Peter Mačuga–PEEM, 2007. ISBN 978–80–89197–77–4. JANEČKOVÁ, L. a VAŠTÍKOVÁ, M., 1999. Marketing miest a obcí. Praha: Grada, 1999. ISBN 80–7169–750–8. Doplnková literatúra: BUČEK, M. et al., 2006. Regionálny rozvoj – novšie teoretické koncepcie. Bratislava:	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ, AJ	

Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 40						
A	ABS	B	C	D	E	FX
85,0	0,0	7,5	7,5	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Mgr. František Olšavský, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
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: 457						
A	ABS	B	C	D	E	FX
59,96	0,0	24,51	8,75	1,31	1,31	4,16
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 odberateľa 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: 113

A	ABS	B	C	D	E	FX
86,73	0,0	5,31	0,88	1,77	0,0	5,31

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/021M/00	Názov predmetu: Marketing v odevnom priemysle
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 30 percent – priebežné hodnotenie za semester 70 percent – skúška v skúškovom období Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0 Podmienky pre hodnotenie predmetu. Celkové 100% hodnotenie predmetu sa skladá: Jednotlivé tematické okruhy budú študenti analyzovať v prípadových štúdiách o konkrétnych firmách pôsobiach v oblasti odevného priemyslu na Slovensku alebo v zahraničí. Na jednotlivých seminároch budú študenti prezentovať svoje vypracované seminárnych prác k vybranej téme a toto je podmienkou k udeleniu zápisu do indexu.	
Výsledky vzdelávania: Cieľ predmetu: Obsahom predmetu je oboznámiť študentov s využitím marketingu v oblasti textilného priemyslu, konkrétne v odevnom priemysle. Súčasťou vyučovacieho procesu v tomto predmete je aj exkurzia do vybranej firmy (Módne salóny Lýdia Eckhart, Danica Kleinert, Peek a Cloppenburg) v rámci ktorej študenti získajú informácie o celej podnikateľskej činnosti navštívenej firmy a špeciálne o jej marketingových aktivitách.	
Stručná osnova predmetu: 1. Charakteristika odvetvia textilného a odevného priemyslu v Slovenskej republike a v zahraničí. 2. Zákazník v centre pozornosti aplikovaného marketingu v odevnom priemysle. 3. Spotreba v odevnom priemysle. 4. Význam marketingového výskumu a získavania informácií v odevnom priemysle. 5. Špecifiká segmentácie a tvorby trhovej pozície v odevnom priemysle. 6. Marketingový mix v odevnom priemysle – produkt, cena, distribúcia a marketingová komunikácia. 7. Postavenie značky v produktovej stratégii v odevnom priemysle. 8. Nové prístupy a trendy v chápaní marketingu v odevnom priemysle.	
Odporúčaná literatúra: 1. NÍZKA, Helena. 2007. Aplikovaný marketing. Bratislava : Iura Edition, spol. s r. o., 2007. ISBN 978-80-8078-157-6 2. JACKSON, Tim – SHAW, David. Mastering Fashion Marketing. New York : Managment. Basingstone : Palgrave Macmillan, 2009. ISBN 978-1-4039-1902-1	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 115						
A	ABS	B	C	D	E	FX
74,78	0,0	15,65	4,35	1,74	0,0	3,48
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/022M/00	Názov predmetu: Marketing v športe
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie študentov predstavuje súčet: – 40% vypracovanie seminárnej práce na vopred určenú tému v športe vyučujúcim + prezentácia danej témy – 60% záverečný písomný test.	
Výsledky vzdelávania: Študent bude mať k dispozícii fundovaný výklad využívania marketingu v jednotlivých športových disciplínach.	
Stručná osnova predmetu: 1) Športový manažment 2) Strategické plánovanie v podmienkach TvaŠ 3) Organizovanie marketingových aktivít s športových kluboch a TV jednotkách 4) Marketing a šport 5) Športová reklama 6) Sponzorovanie v činnosti športového manažéra 7) Sponzorovanie 8) Propagácia športu 9) Športová reklama 10) Marketing – selfmarketing hráča 11) Komunikačná politika u SZČ osoby v športovom priemysle 12) Marketingový plán v športovom priemysle 13) Etika v športe	
Odporúčaná literatúra: 1. ČÁSLAVOVÁ, E. Management sportu. Praha: East West 2000. ISBN 80-7219-010-5 2. FREYER, W. Handbuch des Sport-Marketing. Wiesbaden: Forekl-Verlag 2010. ISBN 3-7719-6420-2 3. CHELLADURAI, P. Sportmanagement. Definning the field. European Journal of Sportmanagement. Vol.1, 2010.č.1,p. 7-15 4. TROSIEN, G. D. Huckepackfinanzierung des Sports. Sportsponzoring unter der Lupe. Schorndorf: Verlag Karl Hofmann 2001	

ISBN 3-7780-8362-7 5. SCHEWER, G. J. Sportmanagement – Der Profi – Fussball aus sportökonomischer Perspektive. Schondorf: Verlag Karl Hofmann 2010. ISBN 3-7780-3350-6 6. WHITE, L.C. Club operations and Management. New York: VNR (Van Nostrand Reinhold) 2004. ISBN 0-442-23528-3						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 178						
A	ABS	B	C	D	E	FX
85,39	0,0	5,06	1,12	0,0	0,0	8,43
Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., Mgr. Peter Kravec, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 01.03.2018						
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: 127						
A	ABS	B	C	D	E	FX
91,34	0,0	3,15	2,36	0,0	0,0	3,15
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/024M/00	Názov predmetu: Marketing vo sfére politiky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Na hodnotenie A je nutné získať najmenej 91 bodov, na hodnotenie B 81 bodov, na hodnotenie C 73 bodov, na hodnotenie D 66 bodov, na hodnotenie E 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu Marketing vo sfére politiky je priblížiť aplikáciu odboru marketing v prostredí politiky, ozrejmiť dôležitosť politického marketingu, jeho špecifiká a legislatívne vplyvy.	
Stručná osnova predmetu: Aplikácie marketingu v politike I: médiá a politika, hovorcovia, politické diskusné relácie, politické spravodajstvo, vplyv legislatívy na marketing v politike v SR Teoretické východiská marketingu v politike: definovanie pojmov, historická genéza politického marketingu, špecifiká politického marketingu, modely politického marketingu Kľúčové procesy marketingu v politike: marketingový výskum, segmentácia, definovanie trhu Aplikácie marketingu v politike II: populizmus, propaganda, krízová komunikácia, mediálna manipulácia, komunikácia prostredníctvom osobnosti politika, lobing Aplikácie marketingu v politike III: tlačová konferencia I, tlačová konferencia II, volebný míting	
Odporúčaná literatúra: Lynda Lee Kaid, Christina Holtz-Bacha The SAGE handbook of political advertising Vyd. údaje Thousand Oaks : SAGE Publications, 2006 JABŁOŃSKI, A. W. A KOL. 2006. Politický marketing – teorie a praxe. 1. vyd. Brno : Barrister & Principal, 2006. 208 s. ISBN 80-7364-011-2 KOTLER, P. – ARMSTRONG, G. 2004. Marketing. dotlač. Praha : Grada Publishing, 2004. 855 s. ISBN 80-247-0513-3 ŠTENSOVÁ, A. – PČOLINSKÝ, V. 2005. Marketing v politike. Bratislava : Vydavateľstvo Ekonóm, 2005. 104 s. ISBN 80-225-2074-8	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 28						
A	ABS	B	C	D	E	FX
64,29	0,0	17,86	10,71	3,57	3,57	0,0
Vyučujúci: Ing. Vladimír Pčolinský, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
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 zákazníckej databázy. 3. Operatívne CRM. Procesy marketingu, procesy obchodu a procesy poskytovania služieb. Call centrá. 4. Implementácia CRM a problémy s ňou spojené. Taktické opatrenia úspešnej implementácie. Pravidlá pre úspech projektu CRM a predpoklady úspešnej implementácie. Nedostatky pri implementácii CRM. 5. Inovácia CRM. Proces inovácie CRM a proces vyhodnocovania príležitostí. Činnosti súvisiace s inováciou CRM. Riadenie rizík neúspechu inovácie CRM. Problémy inovácie CRM. 6. Identifikácia rôznych vzťahov v rámci organizácie. „Klasické trhové“ vzťahy medzi zákazníkom, organizáciou a konkurentom. „Špeciálne trhové“ vzťahy. Mega vzťahy. Nano vzťahy.	
Odporúčaná literatúra:	

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

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 230

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

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 zhukovania 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: 200

A	ABS	B	C	D	E	FX
91,5	0,0	6,5	1,0	0,0	0,5	0,5

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.KMk/027M/00	Názov predmetu: Marketingový audit
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: projekty počas semestra a záverečná práca Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: V nadväznosti na znalosti o marketingu v predmete pôjde o osvojenie si zásadných otázok týkajúcich sa všeobecnej teórie a praxe s aplikáciou na audit marketingu a cien. A to v takom rozsahu, aby sa pochopil jeho význam pre podnikanie, praktické vykonávanie a legislatívne zabezpečenie. V rámci výkladu jednotlivých častí obsahové zameranie prednášok poskytne príležitosť osvojiť si potrebné vedomosti o audite, auditorstve, o príprave jeho praktického vykonania vo firme a o etapách auditu, o základných metódach auditorskej práce v praxi. Predmet, jeho obsahové zameranie, poskytne komplexný pohľad na vymedzenie podstaty marketingového auditu a cien, jeho funkcie a metodológiu. Vysvetlia sa jednotlivé typy funkčných marketingových auditov a v rámci marketingového mixu audit cien.	
Stručná osnova predmetu: 1. Podstata a hlavné aspekty auditu, jeho vykonávanie auditormi vo firmách v podmienkach SR - podstata auditu, auditorstvo, charakteristika jednotlivých druhov auditu a formy jeho vykonávania (interný a externý audit) - historický vývoj auditu a jeho počiatky v SR - vzájomné vzťahy k účtovníctvu, kontrole, controllingu ako moderného nástroja riadenia firiem 2. Výklad právnych noriem auditu platných v SR - základné právne normy o audite, právne predpisy nadväzujúce na platnú legislatívu pre vykonávanie auditorstva a všeobecne platné predpisy, ktoré nepriamo súvisia s vykonávaním auditu. - zásadný rozbor Zákona NR SR č.466/2002 Z.z. z 26. júna 2002 o auditoroch a Slovenskej komore auditorov. - význam Zákona NR SR č.431/2002 Z.z. z 18. júna 2002 o účtovníctve. 3. Praktická príprava na vykonávanie auditu v účtovnej jednotke, jej význam a postup: - dohoda podmienok zákazky auditu - pracovná dokumentácia a jej obsah - získavanie informácií pre vykonanie auditu	

4. Etapy auditu:

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

5. Základné metódy auditorskej práce v praxi:

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

6. Štandardy v metodike auditorskej činnosti:

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

7. Audit marketingu a cien

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

8. Výstupy auditora:

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

Odporúčaná literatúra:

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

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

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

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

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

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

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

Základné predpisy o audite Slovenskej komory auditorov

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 12						
A	ABS	B	C	D	E	FX
75,0	0,0	16,67	0,0	0,0	8,33	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Michal Oláh, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

Charakteristika TV a Rádia. Charakteristika peplemetrových dát. Nákupné modely. Ukážka TV a Rádio software. Ukážka plánovania kampane. Monitoring a vyhodnotenie kampane. Kreatívne využitie média. 8. Plánovanie a nákup tlačových médií, vonkajšej reklamy a kinoreklamy Charakteristika tlačových médií, vonkajšej reklamy a kinoreklamy. Vyhodnocovanie tlačových médií. Problematika vyhodnocovania vonkajšej reklamy, spôsoby vyhodnocovania vonkajšej reklamy v zahraničí. Spôsob a ukážky plánovania a nákupu týchto médií. Kreatívne využitie týchto médií. 9. Interaktívne médiá Online a digitálne médiá. Kto sú konzumenti, ako v prostredí žijú, aké služby používajú. Ako spotrebiteľov efektívne osloviť prostredníctvom nových médií. Ukážky, best practice, výzvy do budúcnosti. 10. Prípadové štúdie Ukážky úspešných reklamných a mediálnych kampaní. 11. Trendy a vývoj médií v budúcnosti Stručná história, súčasný stav a očakávaný vývoj jednotlivých média typov. Potenciál média z pohľadu reklamných zadávateľov vs. pohľad užívateľa. Slovensko vs. svet.						
Odporúčaná literatúra: • Materiály poskytnuté agentúrami MediaCom, Mediaedge:cia a CREO / YOUNG & RUBICAM • Marketing inspirations, Stratégie, Trend • Belch, E.G. - Belch, A.B.: Advertising and Promotion. New York: McGraw-Hill/Irwin 2004.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 139						
A	ABS	B	C	D	E	FX
76,26	0,0	20,14	2,88	0,0	0,0	0,72
Vyučujúci: Mgr. Andrej Dziak						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/172M/11	Názov predmetu: Medzinárodné finančné centrá a globálna ekonomika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Študenti budú prezentovať počas semestra vlastné projekty na vybrané témy v danej oblasti (40% hodnotenia) a na záver semestra absolvujú písomný test (60%). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 30/70	
Výsledky vzdelávania: Študenti budú schopní vysvetliť inštitucionálny, strategický a operačný rámec medzinárodných finančných vzťahov v kontexte pochopenia podstaty, mechanizmu ako aj prejavov novodobých trendov vo svetovej ekonomike, ku ktorým patria aj finančné krízy, globálna nerovnováha, formovanie nových svetových lídrov, existencia offshore centier, pranie špinavých peňazí a financovanie terorizmu.	
Stručná osnova predmetu: Podstata, druhy a význam medzinárodných finančných centier v globálnej ekonomike 2. Medzinárodné bankovníctvo ako faktor vplývajúci na tvorbu MFC 3. Novodobé trendy vo vývoji globálnej ekonomiky 4. Triléma v menovej politike a súčasný medzinárodný menový systém 5. Medzinárodná likvidita a riadenie devízových rezerv 6. Vedúce meny v 21. storočí – porovnanie postavenia USD, GBP, JPY, čínskeho remimbi, ruského rubľa, CHF a SDR v globálnej ekonomike 7. Finančné krízy v 21. storočí a systém včasného varovania 8. Globálna nerovnováha a zmeny v globálnej finančnej architektúre, úloha MMF a ďalších nadnárodných finančných inštitúcií 9. Noví lídri svetovej ekonomiky – krajiny BRICS, Mena, Vista, NEXT 11, SNŠ 10. Rozdiel medzi on shore a off shore centrami – možnosti vstupu FO a PO na jednotlivé typy centier (vrátane daňových rajov) 11. Pranie špinavých peňazí a financovanie terorizmu ako problém medzinárodných financií 12. Aktuálny stav ekonomickej integrácie v Európe, Ázii, Afrike a Amerike 13. Porovnanie vývoja na finančných trhoch v Európe, USA a Japonsku.	
Odporúčaná literatúra: Kotlebová, J. – Chovancová, B.: Medzinárodné finančné centrá – zmeny v globálnej finančnej architektúre. Bratislava: Iura Edition 2010 ISBN 978-80-8078-299-3	

2. Jankovská, A., Kotlebová, J., Štunc, B.: Medzinárodné financie, Bratislava: IURA Edition 2003, s. 529, ISBN 80-89047-56-4
3. Kotlebová, J.: The International Monetary System After the Global Financial Crisis in Ivanička et al.: Overcoming crisis – creation of the new model for socio-economic development of Slovakia. Prekonávanie krízy – tvorba nového modelu sociálno- ekonomického rozvoja Slovenska. Bratislava: Ekonóm 2010, 508 s., ISBN 978-80-225-2882-5, s. 315 – 339
4. Kindleberger, Ch. P.: The Formation of Financial Centres: A Study in Comparative History. International Finance No. 36, Princeton, New Jersey 1974.
5. Gorostiaga, X.: The Role of the International Financial Centres in Underdeveloped Countries. New York, St. Martin's Press 1984.
6. Wotava, M.: Daňové ráje, British Royal Crown Trust 1997/98
7. časopisy – The Banker, Euroreport, The Economic Journal, The ECB Monthly Bulletin
8. Annual Report of BIS, IMF, ECB, WB, ADB, AfDB, IADB
9. webové stránky nadnárodných inštitúcií

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 132

A	ABS	B	C	D	E	FX
17,42	0,0	25,0	21,21	15,91	18,94	1,52

Vyučujúci: doc. Ing. Jana Kotlebová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 06.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/196FJM/12		Názov predmetu: Medzinárodné fiškálne inžinierstvo /FJ/				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3						
A	ABS	B	C	D	E	FX
66,67	0,0	33,33	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., Ing. Žaneta Lacová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

Odporúčaná literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ, AJ

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 73

A	ABS	B	C	D	E	FX
61,64	0,0	30,14	4,11	1,37	0,0	2,74

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

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

Odporúčaná literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ; AJ

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 37

A	ABS	B	C	D	E	FX
86,49	0,0	10,81	0,0	0,0	2,7	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/306AM/18	Názov predmetu: Monetárna ekonómia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Ekonómia (1), Ekonómia (2), Ekonómia (3)	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Semestrálny projekt (40%), požiadavky na skúšku: písomné a ústne overovanie teoretických vedomostí z predmetu (60%)	
Výsledky vzdelávania: Pochopiť fungovanie centrálnej banky, analyzovať interakciu medzi menovou a reálnou ekonomikou, vedieť vysvetliť rozhodnutia menovej politiky centrálnej banky.	
Stručná osnova predmetu: 1. Vplyv menovej politiky na hospodárstvo 2. Finančné trhy - pochopenie úrokovej miery, časovej štruktúry úrokových sadzieb, základných vzťahov na trhoch 3. Nástroje menovej politiky - ciele menovej politiky a cenová stabilita, implementácia menovej politiky Európskou centrálnou bankou, Federálnym rezervným systémom a Bank of England 4. Centrálne bankovníctvo - ECB, FED, Bank of England, Bank of Japan 5. Základný rámec pre analýzu menovej ekonomiky - Klasický prístup (strana ponuky a dopytu v ekonomike, menová politika v klasickom prístupe, hodnotenie klasického prístupu) Keynesiánsky prístup, Neoklasická syntéza (strana ponuky a dopytu) - adaptačné očakávania 6. Teória inflácie - Phillipsova krivka, rozšírená Phillipsova krivka, Okunov zákon	
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) SYSÁKOVÁ, V. – ŠLAHOR, Ľ.: Peniaze a bankovníctvo. Kartprint (2010)	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Mgr. Martin Pažický, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 22.08.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/307AM/18	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: I., 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: 5						
A	ABS	B	C	D	E	FX
40,0	0,0	20,0	0,0	0,0	20,0	20,0
Vyučujúci: Mgr. Martin Pažický, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 22.08.2018						
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: 94						
A	ABS	B	C	D	E	FX
92,55	0,0	3,19	0,0	0,0	0,0	4,26
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: 291

A	ABS	B	C	D	E	FX
68,04	0,0	22,34	7,9	1,37	0,0	0,34

Vyučujúci: Mgr. Jozef Metke

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: 3.	
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: 114						
A	ABS	B	C	D	E	FX
57,89	0,0	25,44	7,89	1,75	0,88	6,14
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/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: 130 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th></tr> <tr> <td>82,31</td><td>0,0</td><td>10,77</td><td>3,85</td><td>0,0</td><td>3,08</td><td>0,0</td></tr> </table>							A	ABS	B	C	D	E	FX	82,31	0,0	10,77	3,85	0,0	3,08	0,0
A	ABS	B	C	D	E	FX														
82,31	0,0	10,77	3,85	0,0	3,08	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/094M/09	Názov predmetu: Oceňovanie podnikov (1)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Finančný manažment, Základy finančného manažmentu	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra bude študentmi realizovaný projekt ohodnotenia vybranej firmy, ktorý bude slúžiť pre celkové hodnotenie. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 bodov, na získanie hodnotenia B minimálne 81 bodov, na hodnotenie C minimálne 76 bodov, na hodnotenie D minimálne 66 bodov a na hodnotenie E minimálne 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Predpokladom pre túto triedu je absolvovanie stupňa základov účtovníctva a štatistiky a oboznámenie sa so základnými finančnými konceptmi. Preto sa očakáva, že študenti budú spokojní s nasledujúcimi témami: základy finančných konceptov a účtovných princípov a základy štatistických pojmov	
Výsledky vzdelávania: Seminár by mal poskytnúť študentom základné poznatky z problematiky oceňovania podnikov tak ako sa realizujú v praxi. Podstatnou časťou efektívneho manažmentu je správne stanovenie hodnoty firmy. Kurz poskytne študentom pohľad na základné procesy stanovenia hodnoty firmy od počiatkovej analýzy finančných výkazov a pomerových ukazovateľov až po pochopenie komplexnej metódy diskontovaných peňažných tokov. Kurz poskytne študentom odpovede na otázky typu: čo tvorí hodnotu firmy a aké základné parametre ju ovplyvňujú; aké techniky používajú analytici na finančných trhoch na zistenie či je akcia firmy na burze nadhodnotená alebo podhodnotená; aký je rozdiel v chápaní hodnoty firmy ako samostatne nepretržite fungujúcou entitou a potenciálnym cieľom akvizície; akým spôsobom zostaviť zjednodušený model ocenenia firmy obchodovanej na burze? Na seminároch budú využívané praktické príklady pre pochopenie danej problematiky. Na seminároch bude využívaný systém Bloomberg Professional Terminal pre rýchle a efektívne získavanie a analyzovanie informácií z finančného ako aj podnikového prostredia. Po úspešnom absolvovaní predmetu by mal študent rozumieť základným aspektom ocenenia firmy a mal by byť schopný realizovať pokročilú finančnú analýzu podniku.	

Po absolvovaní predmetu by mal byť študent pripravený pracovať vo finančnej oblasti, ako finančný poradca alebo finančný analytik na pozíciách, ktoré vyžadujú základné až pokročilé znalosti z oblasti finančnej analýzy podnikov a ich ohodnocovania.

Stručná osnova predmetu:

1. Základné charakteristiky oceňovania firiem.
2. Právne minimum pre podnikové kombinácie na Slovensku.
3. Metódy ohodnotenia firmy založené na cenových násobkoch.
4. Metódy ohodnotenia firmy založené na diskontovaných peňažných tokoch.
5. Odhad budúcich peňažných tokov firmy.
6. Stanovenie váženej priemernej ceny kapitálu.
7. Metódy ohodnotenia firmy založené na diskontovaných dividendách.
8. Ocenenie neprevádzkového majetku firmy.
9. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze.
10. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze.
11. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze.
12. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze.

Odporúčaná literatúra:

1. McKinsey & Company, Inc. Copeland, T. Koller, T. Murrin, J.: Valuation Measuring and Managing the Value of Companies - 3rd Edition, John Wiley & Sons, Inc. 2000
2. Brigham, E. F., Ehrhardt, M. C.: Financial Management, 11th Edition, Thomson, South-Western, 2005
3. Hitchner, J. R.: Financial Valuation, Applications and Models, John Wiley & Sons, Inc., 2003
4. Farkaš, R.: Kombinácie Podnikov, Iura Edition, 2008
5. Mařík, M. a kol.: Metody oceňování podniku, druhé vydání, Ekopres, 2007

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 187

A	ABS	B	C	D	E	FX
86,1	0,0	10,16	2,14	0,53	0,53	0,53

Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.03.2018

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: 4.	
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
79,45	0,0	10,96	1,37	6,85	1,37	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: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 16 / 32 Za obdobie štúdia: 224 / 448 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Celkové hodnotenie bude udelené za test, seminárnu prácu a prezentáciu na vybranú tému: test -40%, seminárna práca – 40%, prezentácia na vybranú tému 20% Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 2 hodiny prednáška týždenne, 2 hodiny cvičenia týždenne Metóda akou sa vzdelávacia činnosť uskutočňuje: prezenčná 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 manažerských pozíciách	
Stručná osnova predmetu: Všeobecné základy bezpečnosti a vymedzenie pojmu „bezpečný informačný systém“. Základné technické a programové prostriedky ochrany IS. Špecifiká bezpečnosti v sieťach. Bezpečnosť a proces vzniku IS. Bezpečnosť a prevádzka IS. Ľudský faktor a bezpečnostná kultúra organizácie. Základné bezpečnostné princípy. Audit IS.	
Odporúčaná literatúra: 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: 255

A	ABS	B	C	D	E	FX
36,08	0,0	12,94	21,96	11,76	10,2	7,06

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.KMn/037M/00	Názov predmetu: Organizačné kultúry - teória
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 30 % – vypracovanie seminárnej práce a jej prezentácia 15% – aktívna účasť v diskusiách a pri riešení prípadových štúdií 55 % – záverečná písomná skúška Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 45/55	
Výsledky vzdelávania: Hlavné vzdelávacie ciele: Predmet poskytuje ucelené základné poznatky z teórie organizačných kultúr, a to o princípoch jej vzniku, charakteristikách, aktéroch ovplyvňujúcich jej vznik, tvorbu a zmenu a o jej prejavoch v organizácii. Hlavné vzdelávacie výstupy predmetu: Obsah predmetu sa zameriava na rozvíjanie schopnosti identifikovať a klasifikovať organizačnú kultúru v organizácii a porozumieť jej ako významnému nástroju riadenia organizácie bez ohľadu na jej veľkosť. Študent dokáže porozumieť fenoménu organizačná kultúra, identifikovať a charakterizovať organizačnú kultúru v organizácii a identifikovať jej vplyv na fungovanie organizácie. Prostredníctvom štúdia relevantných zdrojov, individuálneho vypracovania seminárnej práce, jej prezentácie a riešením prípadových štúdií nadobúda zručnosti, ktoré môže využiť v praxi.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do štúdia organizačných kultúr (definície, relevantné teórie, výskumné metódy). Ideológia a formy organizačnej kultúry. Kultúrne dimenzie. V čom sa organizačné kultúry líšia. Typológia organizačných kultúr. Tvorba, udržiavanie a zmeny organizačnej kultúry. Subkultúry, profesijné kultúry a kontrakultúry. Organizačná socializácia. Kultúrne vodcovstvo.	

Organizačná kultúra a strategické plánovanie, organizačná kultúra a organizácia. Organizačná kultúra a riadenie ľudských zdrojov. Organizačná kultúra a komunikačné modely.						
Odporúčaná literatúra: Šajgalíková, H. – Bajziková, L.: Organizácia a kultúra. Bratislava: Ofprint 2013. Trice, H, M. – Beyer, J. M.: The Cultures of Work Organizations, Englewood Cliffs, Prentice Hall 1993. Brown, A.: Organizational Culture, London, Pitman Publishing 1998. Schneider, S. – Barsoux, J. L.: Managing across Cultures, Prentice Hall Europe 1998. Lewis, R.D.: When Cultures Collide. Nicholas Brealey Publishing 2006. Alvesson, M.: Understanding Organisational Culture. Sage Publications Ltd. 2012. Trompenaars, F. – Woolliams, P.: Business Across Cultures. Chichester: Capstone Publishing Ltd. 2006. Trompenaars, F. – Voerman, E.: Servant-Leadership Across Cultures. Oxford: Infinite Ideas Ltd. 2010. Steers, R.M. – Sanches-Runde, C.J. – Nardon, L.: Management Across Cultures: Challenges and Strategies. Cambridge University Press 2011.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický jazyk						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 27						
A	ABS	B	C	D	E	FX
48,15	0,0	7,41	22,22	11,11	3,7	7,41
Vyučujúci: doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 05.06.2017						
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
12,5	0,0	0,0	12,5	25,0	12,5	37,5
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 súčasti 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						
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
100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: Mgr. Jana Fratričová, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 10.02.2018
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/041M/00			Názov predmetu: Plánovanie a projektovanie informačných systémov			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Peter Balco, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/039M/18		Názov predmetu: Podnikové informačné systémy - 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: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Mgr. Ivan Osvald						
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: 171

A	ABS	B	C	D	E	FX
74,85	0,0	18,13	4,68	0,0	0,0	2,34

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: 80						
A	ABS	B	C	D	E	FX
83,75	0,0	12,5	3,75	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. Ján Matlák, CSc., 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/217M/15		Názov predmetu: Poistovníctvo a zaistovníctvo				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.						
Stupeň štúdia: I., II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania: Študent získa poznatky zo základov poisťovníctva a zaistovníctva, ako aj prehľad o komplexnom procese fungovania nadnárodných inštitúcií v tomto odbore sprostredkovaný prostredníctvom príkladov z praxe.						
Stručná osnova predmetu: Úvod do poisťovníctva a zaistovníctva. Charakteristika a význam poisťovníctva, funkcie poskytovateľov poistenia. Subjekty poisťného trhu a typy poistenia. Charakteristika a význam zaistovníctva, funkcie poskytovateľov zaistenia. Prírodné katastrofy a ich dopad. Obligatórne zaistenie (treaty). Fakultatívne neživotné zaistenie (property & casualty). Životné zaistenie (life & health). Underwriting (upisovanie poisťného/zaistného rizika). Risk engineering. Trendy v poisťovníctve a zaistovníctve – mikropoistenie, takaful. Asset management.						
Odporúčaná literatúra: Hauter, N. A History of Insurance. Zürich: Swiss Reinsurance Company Ltd, 2013 2. Swiss Re. An introduction to reinsurance. Zürich: Swiss Reinsurance Company Ltd, 2013 3. Swiss Re. The essential guide to reinsurance. Zürich: Swiss Reinsurance Company Ltd, 2010 4. The Insurance Institute of Switzerland. Introduction to Insurance and Risk Management. Malvern: The Institutes, 2011. ISBN 978-0-89463-458-1						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 44						
A	ABS	B	C	D	E	FX
81,82	0,0	15,91	0,0	0,0	0,0	2,27
Vyučujúci: Mgr. Dávid Molnár						
Dátum poslednej zmeny: 06.03.2018						

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/050M/17	Názov predmetu: Počítačové siete pre manažérov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade so študijným poriadkom FM UK. 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: Študent po absolvovaní predmetu získa teoretické vedomosti o modeloch sieťovej komunikácie, znalosti o aktívnych a pasívnych sieťových prvkoch a v súčasnosti používaných sieťových modeloch, tj ISO-OSI a TCP/IP. Účelom predmetu je poskytnúť študentovi základné teoretické vedomosti o problematike komunikácie v počítačovej sieti. Po praktickej stránke sa bude predmet zaoberať inštaláciou, pripájaním pracovnej stanice do siete (inštalácia a konfigurácia systémov Windows a Linux a ich pripojenie do siete). Absolvovaním predmetu získa študent teoretické základy, s pomocou ktorých pochopí mechanizmy komunikácie v počítačových sieťach. Vzdelávanie je v alternatívnej forme rozdelené do 4 fáz AKVA – Analytická (2-4 týždne), Koncepčná (2-4 týždne), Verifikačná (1-3 týždne), Argumentačná (1-3 týždne).	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do počítačových sietí 2. Windows Workstation v sieti 3. Linux ako klient v sieti 4. Referenčný model ISO-OSI - úvod, 1. vrstva 5. Referenčný model ISO-OSI - 2. a 3. vrstva 6. Referenčný model ISO-OSI - 4. - 7. vrstva 7. Sústava protokolov TCP-IP 8. Smerovanie komunikácie v TCP-IP sieti 9. Inštalácia a konfigurácia Windows 10. Inštalácia a konfigurácia Linux	

11. Konfigurácia operačných systémov podľa potrieb siete						
Odporúčaná literatúra: [1]. GIBSON, Darril, 2011. Microsoft Windows Networking Essentials. 1 edition. San Francisco: Sybex. ISBN 978-1-118-01685-5. [2]. LEIDEN, Candace a Marshall WILENSKY, 2009. TCP / IP For Dummies. 6 edition. Indianapolis, Ind.: For Dummies. ISBN 978-0-470-45060-4. [3]. MANN, Scott, 2001. Linux TCP/IP Network Administration. 1 edition. Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall. ISBN 978-0-13-032220-3. [4]. MEYERS, Mike, 2015. CompTIA Network+ All-In-One Exam Guide, Sixth Edition. 6 edition. New York: McGraw-Hill Education. ISBN 978-0-07-184822-0.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, anglický jazyk						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Vincent Karovič, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 10.02.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/049M/00			Názov predmetu: Praktická bezpečnosť počítačových systémov			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 21						
A	ABS	B	C	D	E	FX
80,95	0,0	14,29	0,0	0,0	0,0	4,76
Vyučujúci: Mgr. Ivan Osvald						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/192AJM/12		Názov predmetu: Praktické finančné trhy /AJ/				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 6						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.						
Stupeň štúdia: I., II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 99						
A	ABS	B	C	D	E	FX
31,31	0,0	31,31	23,23	13,13	0,0	1,01
Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, MBA						
Dátum poslednej zmeny: 21.02.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/197AJM/12		Názov predmetu: Praktické finančné trhy /AJ/				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 6						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2., 4.						
Stupeň štúdia: I., II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 47						
A	ABS	B	C	D	E	FX
48,94	0,0	23,4	21,28	0,0	4,26	2,13
Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, MBA						
Dátum poslednej zmeny: 21.02.2018						
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:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úvod do finančných trhov a inštitúcií	
Výsledky vzdelávania: Predmet predstavuje deizové trhy, pričom vychádza z osnov 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 devízových trhoch. Vhodné pre obchodníkov v bankách, predajcov, maklérov, správcov fondov, manažérov rizík, zamestnancov korporátnych útvarov Treasury a pracovníkov back office.	
Stručná osnova predmetu: FX trhy a inštitúcie: O-T-C vs organizované trhy , systematické internalizácie, obchodné platformy, tvorcovia trhu, makléri, užívatelia trhu, clearingové centrá. Úloha devízových trhov na globálnej infraštruktúre finančných trhov. Spot FX: veľkoobchodné a maloobchodné kurzy, kótované meny vs hlavné meny, priame a nepriame kurzy, výpočet krížových kurzov z pohľadu tvorcu a užívateľa trhu. Riadenie pozície: trhové riziko, riziko likvidity, riziko vysporiadania, otvorená kurzová pozícia, spracovanie devízových obchodov, organizačný rámec obchodnej operácie v bankách a korporáciách. Etický kódex pre obchodovanie s FX. Výpočet ziskov a strát z obchodovania, obchodné náklady. Zabezpečovanie, obchodovanie, arbitráž: definovanie základných typov činností na trhoch s devízovými kurzami. Obchodné hry, prípadové štúdie, hedging a arbitráž. Aplikácie FX forwardov, swapov a opcií FX. Technická a fundamentálna analýza: efektívnosť devízových trhov, predikcia budúcich devízových kurzov pomocou základných nástrojov technickej a fundamentálnej analýzy.	
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, WILLEY, NEW YORK 2015,

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 56

A	ABS	B	C	D	E	FX
51,79	0,0	17,86	16,07	7,14	7,14	0,0

Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, MBA

Dátum poslednej zmeny: 07.03.2018

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, jednoduché 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: 24

A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	75,0	8,33	0,0	12,5	4,17

Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, MBA

Dátum poslednej zmeny: 07.03.2018

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
49,06	0,0	35,85	11,08	1,89	0,24	1,89
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/191M/13		Názov predmetu: Projektové financovanie a PPP projekty				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 15						
A	ABS	B	C	D	E	FX
40,0	0,0	26,67	26,67	0,0	0,0	6,67
Vyučujúci: Mgr. Jan Janac, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 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 písomky hodnotené podľa systému FM UK, účasť a aktivita na vyučovaní a prezentácie.	
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 978-92-78-40525-0 4. Nováčková, D. : Základy európskeho práva pre manažérov, Bratislava: EPOS, 2012, 239 s. ISBN 978-80-8057-970-8 5. Wefers H., Wefers Jarmila., Wirtschaft, Politik und Soziales der deutschsprachigen Länder, Vydavateľstvo UK Bratislava, 2014 6. Klump Rainer : Wirtschaftspolitik, Instrumente, Ziele und Institutionen, Munchen, ISBN 978-3-8273-7238-3, 2006	

7. Právne akty Únie článok 288 ZFEÚ						
8. Lisabonská zmluva článok 289, 290, 291 ZFEÚ sekundárne právne akty: nariadenia, smernica, rozhodnutia, odporúčania a stanoviská.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 6						
A	ABS	B	C	D	E	FX
33,33	0,0	0,0	66,67	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Jarmila Wefersová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 23.08.2018						
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: 20						
A	ABS	B	C	D	E	FX
95,0	0,0	0,0	5,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: 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.KIS/150AB/17		Názov predmetu: Písanie vedeckých článkov				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: I., II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/310AM/18	Názov predmetu: Regulatórny dohľad a proces hodnotenia bánk
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Študenti priebežne pracujú v tímoch (2 členovia) na ‘case study’ vybratej banke ako objekte skúmania, na ktorej si priebežne prakticky precvičujú teoretické poznatky nadobudnuté v rámci vyučovania. Kontrola a hodnotenie úloh na projekte je priebežná a ukončuje sa záverečnou pracou a prezentáciou. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: V rámci hodnotenia v priebehu semestra môžu získať max. 50 bodov a za záverečnú prácu a prezentáciu 40 bodov. Prezentácia je stanovená na maximálne 3,500 znakov.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť základné teoretické poznatky a praktické návyky z oblasti regulácie banky ako súčasti jej celkového riadenia, ako aj získanie predstavy o väzbe strategického riadenia finančnej inštitúcie a jej kľúčových rizík. Praktické skúsenosti získajú študenti pomocou aplikácie praktických vedomostí v realnom ‘case study’. Predmet je vyučovaný z pohľadu oboch strán, banky ako aj regulátory a ich interakcii. Cieľom predmetu je prehĺbenie a obohatenie praktickými príkladmi celkovo pochopenie fungovania bank v regulatórnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do regulatórneho dohľadu a procesu hodnotenia bánk Požiadavky regulatórneho dohľadu a procesu hodnotenia bánk Bankový strategický/obchodný model (Business model) – životaschopnosť a ziskovosť banky Risk manažment a riadenie banky Vnútorná kapitálová primeranosť (Internal Adequacy Assessment Process - ICAAP) – strategické riadenie kapitálu Vnútorná primeranosť likvidity (Internal Adequacy Assessment Process - ILAAP)- strategické riadenie likvidity Regulačné opatrenia	
Odporúčaná literatúra: Publikácie EBA/ECB v oblasti Bankového dohľadu a procesu hodnotenia (Supervisory Review and Evaluation Process). Výskumné práce v oblasti bankovníctva so špecifickým zameraním na regulatórne prostredie v Európe a USA.	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: anglický						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 5						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	80,0	20,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: PhDr. Monika Sosa, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 23.08.2018						
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 prehľbiť 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
59,08	0,0	27,38	9,85	1,85	0,0	1,85
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/007_M/15		Názov predmetu: Riešenie Business problémov s Wolfram Mathematica I				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Pozrite si FM.KIS/007AM/16 Anglickú verziu predmetu:Solving Business Problems with Wolfram Mathematica I						
Podmienky na absolvovanie predmetu: Pozrite si FM.KIS/007AM/16 Anglickú verziu predmetu:Solving Business Problems with Wolfram Mathematica I Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Pozrite si FM.KIS/007AM/16 Anglickú verziu predmetu:Solving Business Problems with Wolfram Mathematica I						
Výsledky vzdelávania: Pozrite si FM.KIS/007AM/16 Anglickú verziu predmetu:Solving Business Problems with Wolfram Mathematica I						
Stručná osnova predmetu: Pozrite si FM.KIS/007AM/16 Anglickú verziu predmetu:Solving Business Problems with Wolfram Mathematica I						
Odporúčaná literatúra: Pozrite si FM.KIS/007AM/16 Anglickú verziu predmetu:Solving Business Problems with Wolfram Mathematica I						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Pozrite si FM.KIS/007AM/16 Anglickú verziu predmetu:Solving Business Problems with Wolfram Mathematica I						
Poznámky: Pozrite si FM.KIS/007AM/16 Anglickú verziu predmetu:Solving Business Problems with Wolfram Mathematica I						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 15.10.2017
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 oblasťami ich výskytu, dôvodmi ich vzniku a možnosťami ich riešenia. Prostredníctvom cvičení, prípadových štúdií, diskusií a rolových hier nadobudnú študenti lepšiu zručnosť v identifikácii, analýze a riešení konfliktov a vyjednávaní.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úloha konfliktu na pracovisku. 2. Konflikty a základné prístupy k ich riešeniu. 3. Vývoj konfliktu. 4. Štýly vyjednávania (kompetitívne, kooperatívne, principiálne a virtuálne vyjednanie) 5. Ľudia v konfliktoch. 6. Motivačné a interaktívne preferencie v prístupe ku konfliktom. 7. Vyjednanie - techniky, prístupy a výsledky. 8. Záujmy a moc v konfliktoch. 9. Stratégie riešenia konfliktov. 10. Praktické cvičenia hľadania riešenia v konfliktných situáciách. 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: 279						
A	ABS	B	C	D	E	FX
78,85	0,0	10,04	4,3	2,51	0,72	3,58
Vyučujúci: Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD., Mgr. Jana Fratričová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 11.02.2018						
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: 91

A	ABS	B	C	D	E	FX
71,43	0,0	10,99	2,2	7,69	2,2	5,49

Vyučujúci: PhDr. Marian Holienka, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD., Mgr. Peter Marcin, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KEF/198M/13		Názov predmetu: Seminár k finančnému manažmentu				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 19						
A	ABS	B	C	D	E	FX
73,68	0,0	15,79	0,0	0,0	0,0	10,53
Vyučujúci: PhDr. Daniela Majerčáková, PhD., MBA, PhDr. Janka Gasperová						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/148M/17		Názov predmetu: Service Management				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 4						
A	ABS	B	C	D	E	FX
100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: 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/SMaE/13		Názov predmetu: Service Management and Engineering				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 2						
A	ABS	B	C	D	E	FX
50,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Dr. Natalia Kryvinska, 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
75,9	0,0	14,46	4,82	1,2	2,41	1,2
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: 31						
A	ABS	B	C	D	E	FX
80,65	0,0	0,0	9,68	0,0	0,0	9,68
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/049M/00	Názov predmetu: Spoločensky zodpovedné podnikanie a manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Celkové 100% hodnotenie predmetu sa skladá: • Priebežné hodnotenie: 30 bodov za aktívnu účasť na hodinách a riešenie prípadových štúdií. • Vypracovanie a prezentácia seminárnej práce: 70 bodov. Témy seminárnych prác sa týkajú problematiky možností uplatnenia spoločensky zodpovedného podnikania v rôznych odvetviach národného hospodárstva, resp. v rôznych predmetoch činnosti, pričom akcent má byť kladený na nasledujúce oblasti: ciele spoločenskej zodpovednosti; analýza opatrení spoločensky zodpovedného podnikania; ekonomické zdôvodnenie spoločenskej zodpovednosti; výhody a bariéry uplatnenia spoločenskej zodpovednosti, prípadne ďalšie (s ohľadom na osobitosti zvoleného odvetvia/predmetu činnosti). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je priblížiť študentom možnosti aplikácie spoločensky zodpovedného podnikania, ktoré je prejavom toho, ako môžu podnikateľské subjekty ovplyvňovať svojimi aktivitami záujmy ostatných skupín vo svojom bezprostrednom okolí. Zvýrazniť skutočnosť, že podnik je priamou súčasťou okolitého sveta, ktorý sa nesústreďuje len na ekonomický rast, ale aj na dôsledky účinkov či už v sociálnej a/alebo environmentálnej oblasti.	
Stručná osnova predmetu: Spoločensky zodpovedné podnikanie – definícia a história. Spoločensky zodpovedné podnikanie a príbuzné pojmy. Dôvody osvojenia si koncepcie spoločensky zodpovedného podnikania. Spoločensky zodpovedné podnikanie vo svete a na Slovensku. Svetové hnutie spoločensky zodpovedných podnikov. Stratégie spoločensky zodpovedného podnikania nadnárodných firiem na Slovensku. Spoločensky zodpovedné podnikanie v podmienkach malých a stredných podnikov. Východiská osvojenia si koncepcie spoločensky zodpovedného podnikania v malých a stredných podnikoch. Motívy a bariéry uplatňovania tejto koncepcie. Ekonomické zdôvodnenie uplatňovania tejto koncepcie. Spoločensky zodpovedné podnikanie v dodávateľskom reťazci.	

Význam spoločensky zodpovedného podnikania v dodávateľskom reťazci. Aktuálne otázky tejto koncepcie v dodávateľskom reťazci. Úloha a zodpovednosť konečných spotrebiteľov. Spoločensky zodpovedné podnikanie a podpora komunity. Firemné občianstvo. Motivácie spolupráce. Prínosy a riziká vzájomnej spolupráce. Trendy v oblasti spolupráce a podnikateľského a neziskového sektora. Spoločensky zodpovedné podnikanie a verejná politika. Význam verejnej politiky v každodennom živote občanov. Tvorba a riadenie stratégií spoločensky zodpovedného podnikania. Príklady verejnej podpory spoločensky zodpovedného podnikania v EÚ a na Slovensku. Hodnotenie úrovne spoločenskej zodpovednosti podnikov. Príklady a výročné správy spoločensky zodpovedne podnikajúcich organizácií. Indikátory výkonnosti. Princípy prípravy výročných správ. Výzvy do budúcnosti.																				
Odporúčaná literatúra: PAVLÍK, M. – BĚLČÍK, M. 2010. Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál. Praha : Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3157-5 PORVAZNÍK, J. a kol. 2008. Spoločenská zodpovednosť organizácií – Corporate Social Responsibility. Bratislava : Vydavateľstvo Ekonóm, 2008. ISBN 978-80-225-2622-7 PUTNOVÁ, A. – SEKNIČKA, P. 2007. Etické řízení ve firmě. Praha : Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1621-3 Spoločensky zodpovedné podnikanie. Prehľad základných princípov a príkladov. Bratislava : Nadácia Integra. Databázy Univerzitnej knižnice, Centra vedecko-technických informácií Slovenskej republiky.																				
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ, AJ																				
Poznámky:																				
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 60 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th></tr> <tr> <td>80,0</td><td>0,0</td><td>10,0</td><td>1,67</td><td>1,67</td><td>3,33</td><td>3,33</td></tr> </table>							A	ABS	B	C	D	E	FX	80,0	0,0	10,0	1,67	1,67	3,33	3,33
A	ABS	B	C	D	E	FX														
80,0	0,0	10,0	1,67	1,67	3,33	3,33														
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniiová, PhD.																				
Dátum poslednej zmeny: 12.03.2018																				
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: 176						
A	ABS	B	C	D	E	FX
91,48	0,0	3,41	2,84	1,14	0,0	1,14

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.KEF/111M/00	Názov predmetu: Spoločná zahraničná politika EÚ
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 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 primoznom využití hodnotiacich metód AKVA (analýza, koncepcia, verifikácia, argumentácia)/CÚSP(cieľovosť, úplnosť, spolupráca, prejavy).	
Výsledky vzdelávania: Študent absolvovaním predmetu získa vedomosti o problematike Spoločnej zahraničnej politiky EÚ, ktoré si prehĺbi cvičeniami k národným špecifikám. Predmet je zameraný na rozvoj tvorivého manažérskeho myslenia.	
Stručná osnova predmetu: Stručný sylabus: 1. Rácium; Metodické a motivačné uvedenie do predmetu, výklad rôzneho prístupu a hodnôt zahranično-politickej spolupráce na európskej úrovni, vzťah preferencií Spoločnej zahraničnej politiky a obáv zo straty štátnej suverenity. 2. Legislatíva, princípy a ciele zahraničnej politiky EÚ; Výklad Maastrichtskej, Amsterdamskej a zmluvy z Nice ako legislatívneho základu, II piliera EÚ, ktorý operuje mimo obvyklé pravidlá spoločenstva, vrátane pravidiel pri rozhodovaní (decision-making) a úloh rôznych inštitúcií. Analýza základných cieľov Spoločnej zahraničnej politiky podľa TEU, čl. J 1. – 4. Výklad východiskových princípov Spoločnej zahraničnej politiky EÚ. 3. Kľúčoví aktéri zahraničnej politiky EÚ ; Odlíšenie jednotlivých aktérov a pochopenie ich úlohy vytvára predpoklad pre štúdium európskej integrácie. Analýza úlohy jednotlivých aktérov: Európska rada, Rada ministrov, COOREPER a Politický výbor, Pracovné skupiny, Hlavný sekretariát, Predsedajúca krajina, Trojka, Komisia, Európsky súdny dvor. 4. Nástroje a postupy pri prijímaní rozhodnutí v II. Pilieri EÚ; Základný výklad bude zameraný na systematickú spoluprácu (informácia a spoločný postup v záležitostiach spoločného záujmu, spoločný postup pri reprezentácii navonok, spolupráca v	

medzinárodných organizáciách, v ktorých nie sú zastúpené všetky členské krajiny, aktivity v Bezpečnostnej rade OSN), na spoločné pozície (TEU čl. J.2.) a na spojené aktivity.

5. Historický vývoj zahraničnej politiky EÚ;
 Odlíšenie dvoch fáz vytvárania Spoločnej zahraničnej politiky EÚ. Vytvorenie politických a obranných spoločenstiev. Budovanie EPC – pragmatický prístup. Prechod od EPC k Spoločnej zahraničnej politike a jej financovanie v rôznych režimoch.

6. Budúce perspektívy zahraničnej politiky EÚ (EÚ a Spojené štáty americké);
 Zmeny zlepšenia v mnohých mechanizmoch a nástrojoch zahraničnej politiky, Amsterdamská zmluva, zmluva z Nice, návrh Ústavnej zmluvy. Analýza postojov a vzájomných vzťahov USA a EÚ a prekonávanie byrokraticky integrovaného konglomerátu, ktorý má k Únii či k Spojeným štátom európskym ďaleko.

Odporúčaná literatúra:

Literatúra:

PAWERA, R.: Manažment európskej bezpečnosti, Eurounion, Bratislava 2004, ISBN 80-88984-71-8.

HOLLIS, M – SMITH, S.: Teórie medzinárodných vzťahů. CDK, Praha 2000.

LIĐÁK, J.: Medzinárodné vzťahy – medzinárodná politika. SOFA, Bratislava 2000.

Panoráma globálneho bezpečnostného prostredia 23005 – 2006. MO SR, IBOŠ, Bratislava 2006.

PAWERA, R.: Výučba predmetov Spoločná zahraničná politika EÚ a obranná a bezpečnostná politika EÚ. In.: Európska integrácia v univerzitnom vzdelávaní, Eurounion, Bratislava 2004, ISBN 80-88984-61-0.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 103

A	ABS	B	C	D	E	FX
72,82	0,0	17,48	4,85	1,94	0,97	1,94

Vyučujúci: doc. PhDr. René Pawera, PhD., doc. PhDr. Marian Šuplata, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 15.02.2018

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
39,58	0,0	41,67	10,42	4,17	0,0	4,17

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: 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
61,54	0,0	30,77	3,85	0,0	0,0	3,85
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: 6						
A	ABS	B	C	D	E	FX
83,33	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	16,67
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
58,33	0,0	25,0	16,67	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Miroslav Baláž, 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
47,01	0,0	39,32	11,11	1,71	0,85	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.KMk/161M/17	Názov predmetu: Strategické partnerstvá
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: Vypracovať seminárnu prácu má tému Formy a typy aliančných a partnerských vzťahov v zadanom odvetví. Cieľom práce je identifikovať profilujúce typy partnerských vzťahov v odvetví, predstaviť ich od najvoľnejších po najtesnejšie a zaoberať sa najrozšírenejšími typmi typy v ňom v globálnom meradle. Je potrebné analyzovať, ako tieto vzťahy ovplyvnili situáciu v danom odvetví, identifikovať ktoré typy vzťahov v danom odvetví dominujú a prečo. Analýza musí vychádzať z informácií o vývojových trendoch v odvetví, najvýznamnejších podnikoch v ňom pôsobiach. Na záver je potrebné syntetizovať poznatky a pokúsiť sa načrtnúť vlastné závery, urobiť prognózu vývojových trendov v odvetví z hľadiska strategických vzťahov v ňom. Seminárna práca musí obsahovať použité zdroje, pričom len internetové zdroje sa považujú za nedostatočné. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Priebežne 100%	
Výsledky vzdelávania: Predstaviť študentom rôzne typy a formy vzťahov medzi podnikmi od najvoľnejších po najtesnejšie, poskytnúť im prehľad o jednotlivých typoch partnerstiev, predpokladoch ich vytvárania a efektívneho fungovania ako i zániku partnerstva a jeho príčinám. V rámci predmetu predstavíme genézu vzťahov, výhody i riziká jednotlivých foriem, ich súčasnú podobu a najrozšírenejšie typy vrátane tých a najnovších. Upozorníme na to, že strategické partnerstvá sa stali fenoménom globálnej ekonomiky a nevyhnutnosťou, nie len možnosťou.	
Stručná osnova predmetu: 1. Strategické partnerstvá, strategické aliancie – história a súčasnosť, pojmy a ich používanie v manažmente. 2. Partnerstvá ako fenomén globálnej ekonomiky – strategické a nestrategické partnerstvá, typy a formy. 3. Kto môže a kto nemôže byť strategickým partnerom, Príprava na strategické partnerstvo, predpoklady, výhody a nevýhody jednotlivých foriem. Majetkové a nemajetkové prepojenia firiem. 4. Sieťové aliancie dôvody zostieňovania podnikov. Typy sietí: siete pod vedením koordinátora, siete v odvetví, klastre	

5. Joint ventures – pojem, strategické ciele, typy JV, zmluva o joint venture, predpoklady fungovania, implementácia a zánik spoločných podnikateľských činností.
6. Mergers&Acquisitions - úvod do problematiky, pojmy, genéza tesných foriem partnerstiev, právne normy a regulácie. Majetkové prepojenie podnikov. Konkrétne kroky na prípravu a fungovanie partnerstva.
7. Fúzie – management fúzie, jednotlivé fázy a ich priority, stratégia, vyhodnotenie úspešnosť vzájomného splynutia.
8. Konsolidácie – typy, formy, ako a kedy sa konsolidácie uskutočňujú.
9. Akvizície. Akvizičná politika veľkých globálnych firiem, Typy akvizícií.
Dobrovoľné a nedobrovoľné akvizície. Fázy akvizičného procesu, problémy a ich riešenie.
10. Obranné taktiky voči akvizícii. Konkrétne taktiky, najvyužívanejšie taktiky a možnosť ich kombinácie.

Odporúčaná literatúra:

SMOLKOVÁ, E.: Strategické partnerstvá v manažmente, podnikaní a marketingu. . Bratislava 2016, Univerzita Komenského v Bratislave, Bratislava ISBN 978-80-223-4186-8, s. 231

BRAUN, D.: Successful Aquisitionns. A Proven Plan for Strategic Growth. American Management Association, New York 2013, ISBN 10-0-8144-3265-4;

LANDRUM, E.: Maybe Consolidation Will Work. For home , business, government and academic use.Business & Economicst, Washington 2014, ISBN 13: 978-1500736583

MILLER E.,L.: Mergers and Acquisitions: A Step-by-Step Legal and Practical Guide. Wiley&Son, New Jersey 2008, ISBN-10: 0470222743

WEITZ, B.A., CASTEBERRY, S.B., TAMMER, J. F. jr.: Seeling Building Partnership, Chicago 2002.

STRAUB, T.: Reasons for frequent failure in Mergers and Acquisitions - A comprehensive analysis, Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden 2007.

SHERMAN, A., J.: Mergers and Acquisitions from A to Z. American Management Association New York 2010, ISBN 10-0-8144-1383-8

PICOT, G.: International Mergers and Acquisitions: Preparation, Implementation and Integration. Palgrave

VODÁČEK, L. – VODÁČKOVÁ, O.: Strategické aliance se zahraničnými partnery, Praha 2002

VERY, P.: The management of Mergers and Acquisitions. Wiley & Sons, Chichester 2004, ISBN 0-470-02458-5

MacMillan 2002

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 18

A	ABS	B	C	D	E	FX
72,22	0,0	22,22	0,0	0,0	0,0	5,56

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.KSP/029M/00		Názov predmetu: Strategické plánovanie - metódy a techniky				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do strategického plánovania. 2. Vývoj teórie strategického plánovania. 3. Strategickí plánovači a strategické plánovanie. 4. Techniky analýzy externého prostredia. 5. Technika strategických scenárov. 6. Techniky analýzy interného prostredia. 7. Analyticko-syntetické techniky strategického plánovania. 8. Analýza portfólia aktivít organizácie. 9. Strategické plánovanie v turbulentne sa meniacom prostredí. 10. Strategické plánovanie s využitím Balanced Scorecard (BSC).						
Odporúčaná literatúra: PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. Strategický manažment : Teoretické východiská alebo jadro vedomostí. Bratislava : Kartprint, 2009. PAPULA, J. Vývoj teórie strategického manažmentu pod vplyvom zmien v prostredí. Bratislava : Kartprint, 2005. PAPULA, J. Strategické plánovanie : texty prednášok. Bratislava : FM UK, 2010. MINTZBERG, H. The Rise and Fall of Strategic Planning. Toronto : The Free Press, Maxwell Macmilan, 1994.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 234						
A	ABS	B	C	D	E	FX
25,21	0,0	31,2	18,38	10,68	13,25	1,28
Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/114M/09	Názov predmetu: Strategické výzvy európskej integrácie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania: Cieľom tohto predmetu je oboznámiť študentov s kľúčovými otázkami, pred ktorými stojí európska integrácia a ktorých riešenie rozhodujúcim spôsobom ovplyvní smerovanie integrácie. Predmet sa usiluje osvetliť tieto dilemy z viacerých uhlov pohľadu a podnietiť študentov k formulovaniu vlastného názoru a vzájomnej diskusii o týchto výzvach a ich dopade na rozhodovanie manažéra.	
Stručná osnova predmetu: Blok I: Európa ako globálny ekonomický líder 1. Európa ako líder v boji proti globálnemu otepľovaniu: budovanie nízkouhlíkovej ekonomiky. 2. Európska reakcia na hospodársku krízu – nástroje a prístupy európskej únie k riešeniu súčasnej hospodárskej situácii a hodnotenie ich účinnosti. 3. Energetická sebestačnosť Európy. Hľadanie nových energetických zdrojov, energetická bezpečnosť, súvislosti medzi energetikou a životným prostredím. 4. Prezentácie k prvému bloku tém a diskusia. Blok II: Sociálna Európa 5. Európsky sociálny model? Základné sociálne modely v krajinách EU, Koncept ESM a jeho charakteristiky, flexicurita ako kľúčový nástroj pre rozvoj ESM. 6. Podpora rovnosti príležitostí alebo narúšanie „prirodzenej“ štruktúry spoločnosti? Iniciatívy EU na podporu rovnosti príležitostí, ich význam a efekty. 7. Imigrácia ako riešenie demografického problému Európy alebo príčina sociálnych problémov? Azylová a prisťahovalecká politika EU, „pevnosť Európa“, „modré“ karty, multikulturalita, sociálne dôsledky imigrácie. 8. Prezentácie k druhému bloku tém a diskusia. Blok III: Aká budúcnosť pre Európu? 9. Demokratický deficit rozhodovania?: Inštitucionálna reforma EÚ, postavenie EP v rozhodovacích mechanizmoch EU, postavenie malých krajín vo formovaní EÚ. 10. Európska únia ako globálny aktér: potrebuje EÚ spoločnú bezpečnostnú a obrannú politiku? Vzťah EU – USA. EU – NATO, EU – Východná Európa. 11. Aká budúcnosť pre EÚ? Európsky národ alebo Európa národov? Ekonomická a politická integrácia.	

12. Prezentácie k tretiemu bloku tém a diskusia.

13. Aktuálne témy v Európskej únii. Záverečné zhodnotenie seminára a záverečná diskusia.

Odporúčaná literatúra:

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

Materiály analytických inštitútov, zameraných na procesy európskej integrácie:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovensky

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 99

A	ABS	B	C	D	E	FX
71,72	0,0	21,21	4,04	1,01	0,0	2,02

Vyučujúci: doc. PhDr. Marian Šuplata, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 08.03.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/031M/00	Názov predmetu: Strategický controlling
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100% /0 %.	
Výsledky vzdelávania: Predmet rozvíja znalosti controllingu v širšom kontexte strategického manažmentu organizácie, poukazuje na vzťahy a možnosti aplikácie výstavby systémov ukazovateľov a hodnotenia výkonnosti organizácie. Predmet je nastavený na základe vlastného výskumu v oblasti strategických systémov manažmentu výkonnosti podniku a manažmentu intelektuálneho kapitálu, ako i na základe smerovania vedeckého výskumu v tejto oblasti.	
Stručná osnova predmetu: 1. Podstata koncepcie controllingu ako účinného nástoja manažmentu Moderná koncepcia controllingu. Jeho zameranie a funkcia. Základné metódy a techniky operatívneho controllingu. 2. Strategický controlling Stratégia a strategický manažment. Špecifiká kontroly v rámci strategického manažmentu. Strategický controlling ako nástroj strategického manažmentu. 3. Základné atribúty strategického controllingu. Preventívnosť ako princíp uplatňovaný v systémoch včasného varovania. Kauzalita, ako princíp na ktorom je budovaný systém Balanced Scorecard Tvorivosť, ako súčasť strategického myslenia 4. Strategické riadenie výkonnosti Modely riadenia výkonnosti Strategické aspekty riadenia výkonnosti 5. Hodnotová orientácia strategického controllingu Shareholder Value, Stakeholder Value 6. Metódy a techniky strategického controllingu Hodnotové analýzy, Strategické analýzy a analyticko-syntetické techniky, Balanced Scorecard 7. Prístupy k trvaloudržateľnej tvorbe konkurenčných výhod Core competence, prístupy k manažmentu intelektuálneho kapitálu, tvorba system ukazovateľov a hodnotenie organizácie z pohľadu konceptu manažmentu intelektuálneho kapitálu.	

Odporúčaná literatúra:

Konkurenčné stratégie, Tradičné techniky vs. nové pohľady a prístupy. Jozef Papula, Zuzana Papulová, Ján Papula • Vydavateľstvo: Wolters Kluwer, 2014

E-learning: spracovaný elektronický kurz obsahuje študijné materiály (prezentácie, elektronické texty, doplnkové materiály) vytvorené na základe vlastného výskumu ako aj kontaktu s predstaviteľmi podnikateľskej a manažérskej praxe.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovensky

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 42

A	ABS	B	C	D	E	FX
90,48	0,0	4,76	2,38	0,0	0,0	2,38

Vyučujúci: doc. Ing. Ján Papula, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KMn/151M/11		Názov predmetu: Strategický manažment ľudských zdrojov				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 35						
A	ABS	B	C	D	E	FX
40,0	0,0	40,0	20,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Mgr. Jana Fratričová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/025M/00	Názov predmetu: Stratégia logistiky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1. Pojem a úlohy logistiky. 2. Logistická stratégia. 3. Manažment dodávateľských reťazcov (Supply chain management). 4. Základné procesy riadenia dodávateľských reťazcov – SCOR model (Supply Chain Operations Reference). 5. Integrácia dodávateľských reťazcov. 6. Stratégie obstarávania, výroby a distribúcie. 7. Štíhla logistika. 8. Agilná logistika. 9. Logistika a životné prostredie. 10. Inovácie a nové technológie v logistike.	
Odporúčaná literatúra: COHEN, S. – ROUSSEL, J. Strategic supply chain management. [online]. New York : McGraw-Hill, 2004. Dostupné v databáze ebrary: < http://site.ebrary.com/lib/uniba/docDetail.action?docID=10152874 >. SIMCHI-LEVI, D. – KAMINSKY, P. – SIMCHI-LEVI, E. Managing the supply chain : the definitive guide for the business professional. [online]. New York : McGraw-Hill, 2004. Dostupné v databáze ebrary: < http://site.ebrary.com/lib/uniba/docDetail.action?docID=10070033 >. LAMBERT, D. M. – STOCK, J. R. – ELLRAM, L. M. Logistika. 2. vyd. Brno : CP Books, 2005. DUPAL, A. – BREZINA, I. Logistika v manažmente podniku. Bratislava : Sprint, 2006. DELFMANN, W. – ALBERS, S. Supply chain management in the global context. [online]. Cologne : Dept. of General Management, Business Planning and Logistics of the University of Cologne, 2000. Dostupné na internete: < http://www.spl.uni-koeln.de/fileadmin/user/dokumente/forschung/arbeitsberichte/arbb-102.pdf >.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 142						
A	ABS	B	C	D	E	FX
80,28	0,0	14,79	4,23	0,7	0,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/026M/00	Názov predmetu: Stratégia neziskových organizácií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
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, oboznámi 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: 88						
A	ABS	B	C	D	E	FX
84,09	0,0	10,23	1,14	2,27	2,27	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.KEF/195FJM/12		Názov predmetu: Stratégie finančných investícií v eurozóne /FJ/				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 9						
A	ABS	B	C	D	E	FX
22,22	0,0	55,56	22,22	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, MBA, Ing. Žaneta Lacová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/058M/00			Názov predmetu: Systémová analýza			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3						
A	ABS	B	C	D	E	FX
33,33	0,0	33,33	33,33	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Peter Balco, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/059M/00			Názov predmetu: Systémy na podporu rozhodovania a expertné systémy v manažmente			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3						
A	ABS	B	C	D	E	FX
66,67	0,0	33,33	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: PhDr. Peter Veselý, PhD., RNDr. Eva Kostrecová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
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 LZ 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: 456						
A	ABS	B	C	D	E	FX
88,82	0,0	4,82	1,75	1,75	0,88	1,97
Vyučujúci: prof. Ing. Ján Rudy, PhD., 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.KEF/118M/10	Názov predmetu: Trh nehnuteľností a developerský proces
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania: Stručná osnova predmetu: • Charakteristické znaky trhu nehnuteľností, segmentácia trhu nehnuteľností, model DiPasquala-Newtona • Zrelosť trhu a jeho cyklický vývoj • Urbanizačné megatrendy a trvalo udržateľný rozvoj • Developerský proces a jeho etapy, partneri developerského procesu, riziko • Stanovenie využitia územia (podmienky z hľadiska územného plánu, ceny, vlastníckych vzťahov a pod.) • Financovanie výstavby a obnovy nehnuteľností • Hypotekárny trh • Facility manažment • Strategické riadenie nehnuteľností. Význam lokalizácie • Hodnotenie efektívnosti súkromných a verejných developerských projektov • Neziskový bytový sektor	
Odporúčaná literatúra: Špírková, D., Ivanička, K., Finka, M.: Bývanie a bytová politika – Vývoj, determinanty rozvoja bývania a nové prístupy v nájomnej bytovej politike na Slovensku. Vyd. STU Bratislava 2009, ISBN 978-80-227-3173-7 Ivanička, K. a kol.: Trh nehnuteľností a developerský proces. Vyd. STU, Bratislava 2008 Ivanička, K., Špírková, D., Zajacová, J., Púchovský, B.: Aplikácia princípov fungovania neziskových bytových organizácií vo verejnej správe a školstve, Vyd. JUH, Bratislava 2007, ISBN 978-80-85661-08-8	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 74						
A	ABS	B	C	D	E	FX
94,59	0,0	5,41	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Daniela Špírková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015						
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: 97						
A	ABS	B	C	D	E	FX
85,57	0,0	3,09	2,06	0,0	0,0	9,28
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.KIS/004_M/15			Názov predmetu: Tvorba online projektov II			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 29						
A	ABS	B	C	D	E	FX
96,55	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,45
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/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. Kreatívny a inovatívny štýl vedenia ľudí. 12. Prezentácia úloh. Zhrnutie.	
Odporúčaná literatúra: Lašáková, A. (2013). Vedenie ľudí. In Rudy, J. et al.: Organizačné správanie. Bratislava: UK v Bratislave, s. 126 - 146. 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: 388						
A	ABS	B	C	D	E	FX
63,14	0,0	22,94	10,05	1,8	0,77	1,29
Vyučujúci: doc. Mgr. Anna Lašáková, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 01.02.2018						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/235M/18	Názov predmetu: Verejné obstarávanie v praxi
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: V priebehu semestra bude zadaných niekoľko úloh so zameraním na praktickú rovinu verejného obstarávania (skupinová práca, riešenie prípadových štúdií), za ktoré môžu študenti nazbierať 40% celkového hodnotenia. Na pripustenie na skúšku je potrebné získať min. 25% celkového hodnotenia počas semestra. Predmet sa končí záverečnou ústnou skúškou, za ktorú je možné získať 60% celkového hodnotenia (nevyhnutné minimum je získanie 30% na záverečnej skúške). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Skupinová práca/prípadové štúdium počas semestra – 40 % (na pripustenie ku skúške je potrebné získať minimálne 25%) Ústna skúška – 60% (minimum 30%) Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Študenti by mal po absolvovaní predmetu verejné obstarávanie získať základný prehľad o procesoch verejného obstarávania, vedieť identifikovať základné pojmy vo verejnom obstarávaní. Mali by byť schopní opísať priebeh cyklu verejného obstarávania od vyhlásenia verejného obstarávania až po podpis zmluvy zo strany verejného obstarávateľa/obstarávateľa a zo strany uchádzača. Študenti by mali získať manažérsky pohľad nie len na prípravu verejného obstarávania, ale aj na proces predkladania ponúk a identifikovať možnosti záujemcov a uchádzačov vo verejnom obstarávaní.	
Stručná osnova predmetu: Základné pojmy vo verejnom obstarávaní Základný prehľad jednotlivých zákaziek (nadlimitná, podlimitná, zákazka s nízkou hodnotou, ...) Základný prehľad jednotlivých postupov vo verejnom obstarávaní Revízné postupy Ako vyhlásiť verejné obstarávanie (manažovanie procesu verejného obstarávania) Ako predložiť ponuku vo verejnom obstarávaní Administratívne povinnosti hospodárskych subjektov v procese verejného obstarávania	
Odporúčaná literatúra: Zákon č. 343/2015 Z.z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov Smernica Európskeho Parlamentu a RADY 2014/23/EÚ z 26. februára 2014 o udeľovaní koncesíí	

Smernica Európskeho Parlamentu a RADY 2014/24/EÚ z 26. februára 2014 o verejnom obstarávaní a o zrušení smernice 2004/18/ES
 Smernica Európskeho Parlamentu a RADY 2014/25/EÚ z 26. februára 2014 o obstarávaní vykonávanom subjektmi pôsobiacimi v odvetviach vodného hospodárstva, energetiky, dopravy a poštových služieb a o zrušení smernice 2004/17/ES
 Tkáč, J. – Griga, M.: Zákon o verejnom obstarávaní Veľký komentár, Wolters Kluwer, 2016.
 ISBN: 978-80-8168-454-8,
 www.uvo.gov.sk
 Informačné zdroje distribuované počas semestra vyučujúcim (internet, prezentácie, ...)

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 4

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

Vyučujúci:

Dátum poslednej zmeny: 21.01.2019

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
44,05	0,0	33,33	19,05	1,19	0,0	2,38
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/144M/17		Názov predmetu: Vybrané témy z komunikácie pre podnikateľov				
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: 2						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	50,0
Vyučujúci: Mgr. Andrea Studeničová						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/145M/18		Názov predmetu: Vybrané témy z komunikácie pre podnikateľov				
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: 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Mgr. Andrea Studeničová						
Dátum poslednej zmeny:						
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: 28

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

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

Dátum poslednej zmeny: 12.04.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/079M/00	Názov predmetu: Web server a jeho manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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, Koncepčná – 20 bodov, Verifikačná – 20 bodov, Argumentačná – 40 bodov Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Predmet sa bude zaoberať praktickou inštaláciou, pripájaním a konfiguráciou web servera do siete (inštalácia a konfigurácia) Absolvovaním predmetu získa študent praktické a teoretické skúsenosti, pomocou ktorých v praxi zvládne inštaláciu, konfiguráciu a architektúru webových serverov v počítačových sieťach. Vzdelávanie je v alternatívnej forme rozdelené do 4 fáz AKVA – Analytická (2-4 týždne), Koncepčná (2-4 týždne), Verifikačná (1-3 týždne), Argumentačná (1-3 týždne).	
Stručná osnova predmetu: Inštalácia a konfigurácia servera pod operačným systémom MS Windows a Linux. Architektúra a design podnikových lokálnych počítačových sietí obsahujúcich web server. Písanie jednoduchých web stránok. Použitie databáz vo webovej aplikácii. Záverečný projekt.	
Odporúčaná literatúra: [1]. SCHAEFER, Kenneth, Jeff COCHRAN, Scott FORSYTH, Dennis GLENDENNING a Benjamin PERKINS, 2012. Professional Microsoft IIS 8. 1 edition. Indianapolis, IN: Wrox. ISBN 978-1-118-38804-4. [2]. SILVA, Steve, 2008. Web Server Administration. 1 edition. Boston, MA: Course Technology. ISBN 978-1-4239-0323-9. [3]. YEAGER, Nancy J. a Robert E. MCGRATH, 1996. Web Server Technology. 1 edition. San Francisco: Morgan Kaufmann. ISBN 978-1-55860-376-9.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, anglický jazyk	

Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 612						
A	ABS	B	C	D	E	FX
93,95	0,0	5,39	0,33	0,0	0,0	0,33
Vyučujúci: Ing. Vincent Karovič, PhD., 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/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 zameranie 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: 32 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th></tr> <tr> <td>53,13</td><td>0,0</td><td>31,25</td><td>0,0</td><td>3,13</td><td>0,0</td><td>12,5</td></tr> </table>							A	ABS	B	C	D	E	FX	53,13	0,0	31,25	0,0	3,13	0,0	12,5
A	ABS	B	C	D	E	FX														
53,13	0,0	31,25	0,0	3,13	0,0	12,5														
Vyučujúci: prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc., 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.KEF/303AM/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: 2., 4.	
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 %	
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 brzdia a znižujú 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 narušajú 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 počujeme, 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 najlepšie 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 zameranie 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: 26 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th></tr> <tr> <td>53,85</td><td>0,0</td><td>26,92</td><td>7,69</td><td>7,69</td><td>3,85</td><td>0,0</td></tr> </table>							A	ABS	B	C	D	E	FX	53,85	0,0	26,92	7,69	7,69	3,85	0,0
A	ABS	B	C	D	E	FX														
53,85	0,0	26,92	7,69	7,69	3,85	0,0														
Vyučujúci: prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc., Mgr. Lucia Kočišová																				
Dátum poslednej zmeny: 13.02.2018																				
Schválil:																				

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/309M/18	Názov predmetu: Základy tvorby odborného textu
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: Na absolvovanie predmetu je potrebné v priebehu semestra samostatne pracovať, aktívne sa na hodinách zúčastňovať a priebežne sa pripravovať na jednotlivé hodiny. Súčasťou je aj riešenie zadaných úloh súvisiacich s obsahom jednotlivých hodín. Výsledné hodnotenie predmetu vychádza z pravidiel stanovených v študijnom poriadku UK, pričom priebežné hodnotenie tvorí 50% celkového hodnotenia. Predmet sa končí úspešným prezentovaním semestrálnej práce, ktorá tvorí zvyšných 50% celkového hodnotenia. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Priebežné hodnotenie 50% Semestrálna práca 50%	
Výsledky vzdelávania: Študent/ka je po absolvovaní predmetu schopný/á zvládnuť napísanie a obhájenie záverečnej práce. Rozumieť výberu vhodných metód výskumu, formulácií a interpretácií výsledkov. Štylisticky sa správne vyjadrovať a vedieť prezentovať výsledky svojich zistení. Rovnako si osvojí zručnosť správne citovať, pracovať s použitou literatúrou a vytvárať bibliografické odkazy aj za pomoci citačného manažéra.	
Stručná osnova predmetu: Predmet má zabezpečiť formálnu, metodologickú a štylistickú prípravu a následnú realizáciu záverečnej práce. Čiže od výberu témy, cez spracovanie prehľadu literatúry, výberu metodológie, spôsobu zberu dát ich následnej analýze a interpretácie výsledkov. Oboznámenie sa s koncepčným rámcom záverečnej práce a z neho vychádzajúceho teoretického, metodologického a analytického základu. Pre lepšiu prácu sa študenti naučia aj základom práce s citačným manažérom. V rámci predmetu vystúpia na špeciálne témy aj pozvaní odborníci z praxe	
Odporúčaná literatúra: Povinná literatúra: Vnútny predpis č. 2/2018 Smernica rektora Univerzity Komenského v Bratislave Úplné znenie vnútorného predpisu č. 12/2013 Smernice rektora Univerzity Komenského v Bratislave o základných náležitostiach záverečných prác, rigorózných prác a habilitačných prác, kontrole ich originality, uchovávaní a sprístupňovaní na Univerzite Komenského v Bratislave v znení dodatku č. 1 Dostupné na: https://uniba.sk/fileadmin/ruk/legislativa/2018/Vp_2018_02.pdf Odporúčaná literatúra:	

GONDA, V. Ako napísať a úspešne obhájiť diplomovú prácu. Bratislava: Wolters Kluwer, 2012. ISBN 978-80-8078-472-0.
 MEŠKO, D., KATUŠČÁK, D., FINDRA, J. a kol. Akademická príručka. Chcete byť úspešní na vysokej škole? 3. vydanie. Martin: Osveta, 2013. ISBN 978-80-8063-392-9.
 QUINLAN, Ch. Business Research Methods. Cengage Learning, 2011. ISBN 978-1-4080-0779-2.
 Alebo
 QUINLAN, Ch., ZIKMUND, W. Business Research Methods. Cengage Learning EMEA UK, 2015. ISBN 978-1-4737-0485-5.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

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

Vyučujúci: Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 23.08.2018

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: 203						
A	ABS	B	C	D	E	FX
81,28	0,0	12,32	4,93	0,0	0,49	0,99
Vyučujúci: doc. JUDr. Ján Matlák, CSc., 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.KIS/141M/17		Názov predmetu: Ázijský manažment				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: PhDr. Bc. Peter Ondris, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/143M/17		Názov predmetu: Ázijský manažment				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná						
Počet kreditov: 3						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu:						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0						
A	ABS	B	C	D	E	FX
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: PhDr. Bc. Peter Ondris, PhD.						
Dátum poslednej zmeny:						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/301AB/17	Názov predmetu: Čína v globalizovanom svete
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: Participácia v triede: Od študentov sa očakáva, že budú čítať pred triedou a aktívne sa zúčastňovať diskusií v triede a budú sa snažiť získať príležitosti na pripomienky, ktoré posunú diskusiu v triede. Výskumný materiál: Študenti by mali vypracovať analýzu na tému voľby čínskeho hospodárskeho rastu, reformy, obchodu a investícií, reformy podnikového sektora, finančného systému alebo úlohy čínskej ekonomiky vo svete. Študenti môžu tiež vybrať konkrétny priemysel a analyzovať jeho príležitosti a výzvy s odkazom na témy diskutované v kurze. Materiál by mal mať maximálne 12 strán (dvojité rozdelenie, 12-bodové písmo, Times New Roman) s výnimkou tabuliek, obrázkov a referenčnej časti. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Trieda - účasť 30% Výskumná štúdia: 70%	
Výsledky vzdelávania: Rýchly ekonomický vývoj Číny v posledných štyroch desaťročiach dramaticky transformoval samotnú krajinu, ale aj pretvoril globálnu ekonomickú krajinu. Ako druhá najväčšia ekonomika a najväčší vývozca na svete je nárast Číny otázkou veľkého záujmu globálnej politiky, podnikov, akademických pracovníkov a obyčajných ľudí. Tento kurz poskytne študentom prehľad o čínskom ekonomickom vývoji a jeho úlohe vo svete. Pozrieme sa na históriu, úspechy, výzvy a perspektívy čínskeho hospodárstva. Budeme skúmať, ako čínske hospodárstvo komunikuje so svetom prostredníctvom obchodu a investícií. Budeme tiež diskutovať o finančnom systéme a reformách Číny vzhľadom na ich význam pre budúci rast. Prostredníctvom diskusií o týchto témach sa snažíme rozlíšiť mýtus od reality a získať lepšie pochopenie čínskej ekonomiky.	
Stručná osnova predmetu: (1) Prehľad o čínskom hospodárskom raste a jej mieste vo svete Toto zasadnutie predstavuje prehľad o čínskom hospodárskom raste v nedávnej histórii z globálneho hľadiska. Aby sme získali všeobecné chápanie čínskeho hospodárstva, budeme sledovať čínsku ekonomickú pozíciu vo svete a na to, ako sa ekonomika dramaticky transformovala v posledných štyroch desaťročiach. Kapitola 1-3 Naughton Kapitola 6 Lin (2) Ekonomický rast Číny - historická perspektíva	

Aby sme získali hlbšie pochopenie nárastu a poklesu čínskej ekonomickej zdatnosti vo svete, budeme sa pozerieť na vývoj čínskeho hospodárstva v celej dávnej histórii voči západu. Budeme uvažovať, aké sú hlavné hnacie mechanizmy ekonomických úspechov a neúspechov v rôznych fázach hospodárskeho rozvoja, a ako Čína bola kedysi dominantným hospodárstvom na svete, ale stratila svoju vedúcu úlohu v 19 storočí.

Kapitola 2 Naughton

Lin, JY, 1995. "Needham Puzzle: Prečo priemyselná revolúcia nevznikla v Číne", ekonomický rozvoj a kultúrne zmeny str.269

(3) Hospodárske reformy a prechod na trh

Budeme uvažovať o tom, ako sa Čína zmenila od socialistickej centrálne plánovanej ekonomiky na dynamickú trhovo orientovanú ekonomiku a priniesla pôsobivý ekonomický rast v procese. Toto stretnutie poskytne prehľad postupných ekonomických reforiem uskutočnených v Číne v prechodnom procese a prediskutujeme stratégie a zásady, ktoré sú základom reforiem. Pozrime sa aj na úlohu, ktorú zohrali štátne podniky v minulosti a súčasnosti. Uvažujeme o problémoch, ktorým čelia štátne záležitosti a reformné stratégie.

Kapitola 4, 13 Naughton

Kapitola 4, 7-9 Lin

(4) Hospodárska štruktúra a "pasce so stredným príjmom"

Budeme analyzovať štrukturálne zloženie čínskeho hospodárstva a rozdielne dopytové faktory, ktoré prispeli k rastu. Porovnáme ekonomickú štruktúru Číny s inými krajinami a budeme diskutovať o rozdieloch v modeloch rozvoja. Potom budeme diskutovať o "pasce so stredným príjmom" a výzvach, ktorým Čína čelí, aby pokračovala v rastovej trajektórii a zabránila stagnácii.

Kapitola 6 Naughton

Aiyar S., Duval R., Puy D., Wu Y, Zhang L., 2013. "Spomalenie rastu a pasce so stredným príjmom", pracovný dokument MMF WP / 13/71

(5) Čínsky medzinárodný obchod

Pozeralíme sa na proces stratégie a reformy čínskeho sektora zahraničného obchodu a zvážime, ako sa Čína pretransformovala z izolovanej uzavretej ekonomiky na globálnu výrobnú elektráreň. Pozrime sa na prínos obchodu k celkovému hospodárskemu rastu Číny. Budeme tiež brať do úvahy meniacu sa povahu odvetvia obchodu v celosvetovom meradle a dôsledky pre rozvoj obchodu v Číne.

Kapitola 16 Naughton

(6) Čínska konkurencieschopnosť a meniacu sa obchodná štruktúra

Budeme skúmať konkurencieschopnosť Číny v celosvetovej výrobnjej oblasti a zvážime výzvy, ktorým čelí obchodný sektor. Pozrime sa tiež na meniacu sa štruktúru obchodu. Ako príklad používame produkciu iPhone. Pozeralíme sa na to, ako nové modely celosvetovej výroby ovplyvňujú bilaterálnu obchodnú bilanciu a dopad na obchodnú konkurencieschopnosť Číny.

Xing Y. a Detert N., 2010. "Ako iPhone zvyšuje obchodný deficit Spojených štátov s Čínskou ľudovou republikou," ADBI Working Paper 257

(7) Čínska devízová a rezervná správa

Štátne kontrolovaný mechanizmus výmenných kurzov v Číne je hlavným zdrojom sporu v medzinárodných obchodných sporoch. Toto zasadnutie poskytne prehľad o vývoji jedinečného režimu riadenia výmenných kurzov v Číne a zváži, ako prešiel z prísne kontrolovaného výmenného režimu na dolárový kolík a potom na riadenú politiku float. Budeme diskutovať o úlohe menovej politiky pri tvorbe devízovej rezervy a pretrvávajúcom obchodnom prebytku.

Corden , WM, 2009. "Čínska politika výmenných kurzov, jej prebytok bežného účtu a globálna nerovnováha", Economic Journal, 119 (november): F430-41.

(8) Čínska platobná bilancia a globálna nerovnováha

Hlbšie sa pozrieme na prebytok bežného účtu v Číne a na akumuláciu rezerv, a to tak, že ho uvedieme do perspektívy globálnej nerovnováhy. Budeme diskutovať o tom, do akej miery politiky a rozvoj Číny prispievajú k globálnej nerovnováhe. Takisto budeme zvažovať nerovnováhu z pohľadu kapitálového toku a budeme diskutovať o tom, ako úspory a investície ovplyvňujú nárast nerovnováh. Dodatok Lin Higgins M. a Klitgaard T., 1998. "Pohľad na deficit bežného účtu ako kapitálový prílev", aktuálne otázky v ekonomike a financiách, zväzok 4, číslo 13 (9) Finančný systém a banky v Číne Táto relácia poskytne prehľad finančného systému Číny a čínskych bánk. Budeme uvažovať o tom, ako finančná represia a jedinečný bankový systém Číny zohrali na jednej strane dôležitú úlohu v čínskej politike hospodárskeho rozvoja a na druhej strane prispeli k vážnym ekonomickým deformáciám. Pozrime sa aj na výzvy, ktorým čelia banky, a na to, ako sa finančný systém vyvíja. Kapitola 19 Naughton Kapitola 10 Lin (10) Čínsky burza cenných papierov Budeme sa zaoberať rozvojom čínskeho akciového trhu a zväžíme jeho úlohu v úplnom finančnom systéme v Číne. Budeme skúmať príčiny rozdielnosti medzi výkonnosťou akciového trhu v širšom hospodárstve. Budeme tiež zvažovať dôsledky deformácií akciových trhov a budeme diskutovať o potrebe reforiem finančného sektora. Allen F., Qian J., Šan S., Zhu J, 2017, "Dissecting the Long-Term Performance of the Chinese Stock Market". (11) Čínske dlhové a tieňové bankovníctvo V tejto časti sa budeme zaoberať témou rastúcej páky Číny a obáv z potenciálnej dlhovej krízy. Budeme analyzovať zloženie dlhu Číny a zväžíme príčiny zvyšujúcich sa úrovni zadlženia. Pozrieme sa na vývoj tieňového bankovníctva alebo finančných firiem mimo formálneho bankového sektora, ako aj príležitosti a riziká, ktoré s ním súvisia.																				
Odporúčaná literatúra: Odporúčaná literatúra Požadovaná učebnica: Naughton, Barry, čínskej ekonomiky, Transitions a rastu, MIT Press, 2007. Doplňujúca učebnica: Lin, JY, Demystifikácia čínskej ekonomiky , Cambridge University Press, 2012.																				
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský																				
Poznámky:																				
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 22 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th></tr> <tr> <td>86,36</td><td>0,0</td><td>13,64</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td></tr> </table>							A	ABS	B	C	D	E	FX	86,36	0,0	13,64	0,0	0,0	0,0	0,0
A	ABS	B	C	D	E	FX														
86,36	0,0	13,64	0,0	0,0	0,0	0,0														
Vyučujúci: Haisi Yu																				
Dátum poslednej zmeny: 01.03.2018																				
Schválil:																				