

Informačné listy predmetov

OBSAH

1. 004M/00	Analýza trhových rizík finančných portfólií.....	4
2. 001M/00	Bankový marketing.....	6
3. 067_M/14	Budovanie a riadenie značky.....	9
4. 310M/16	Business Intelligence.....	12
5. 076M/15	Cestovný ruch.....	15
6. 311M/16	Cloud Computing.....	18
7. 268M/16	Data Science and Big Data Analytics.....	20
8. 014AM/16	Daňovníctvo.....	22
9. 120M/18	Digitálny marketing.....	24
10. 142M/16	Diplomový projekt.....	25
11. 309M/16	Diplomový seminár I.....	27
12. 047M/16	Diplomový seminár II.....	29
13. 315M/16	Dáta, znalosti, rozhodovanie.....	31
14. 372B/20	Dátové analýzy pre manažment.....	33
15. 010M/00	E-biznis a e-marketing.....	35
16. 100M/18	E-biznis a e-marketing.....	36
17. ECB/11	E-commerce.....	37
18. 181M/19	Ekonomia udržateľnej energetiky.....	38
19. 265AJM/15	Európska integrácia /AJ/.....	41
20. 183M/12	Európske právo.....	43
21. 032M/00	Finančné trhy a inštitúcie.....	45
22. 033M/00	Finančné účtovníctvo.....	47
23. 037M/00	Finančný manažment.....	49
24. 144M/10	Francúzsky seminár (1).....	51
25. 046M/16	Hodnotový manažment a podnikateľské riziká MSP.....	53
26. 046M/13	IT Business.....	56
27. 062M/16	Intelektuálny kapitál a inovácie v dynamickom podnikaní.....	57
28. 058M/16	Intrapreneurship.....	59
29. 053M/00	Investičné analýzy.....	61
30. 008M/00	Komunikácia v manažmente.....	63
31. 030M/13	MIS - špeciálne témy.....	65
32. 030M/00	MIS - špeciálne témy.....	66
33. S06SJ/16	Manažment - teória, metódy, aplikácie (štátnicový predmet).....	68
34. 312M/16	Manažment bezpečnosti.....	69
35. 029M/00	Manažment informačných systémov.....	71
36. 030AM/16	Manažment informačných systémov.....	73
37. 011M/10	Manažment inovácií.....	78
38. 066M/17	Manažment kvality.....	80
39. 060M/09	Manažment portfólia a kolektívne investovanie.....	83
40. 313M/16	Manažment počítačových sietí.....	85
41. 032M/00	Manažment projektov.....	87
42. 106_M/12	Manažment softvérových projektov.....	88
43. 019M/12	Manažment v globálnom prostredí.....	89
44. 023M/00	Manažérska štatistika.....	91
45. 009M/00	Manažérske rozhodovanie.....	93
46. 254M/16	Manažérske účtovníctvo.....	95
47. 016M/09	Marketing manažment.....	97

48. 018M/00	Marketing služieb.....	100
49. 023M/00	Marketing v živnostenskom podnikaní.....	102
50. 026M/00	Marketingová analytika.....	104
51. 027AM/16	Marketingová analytika.....	107
52. 039M/16	Marketingové aplikácie.....	110
53. 028M/00	Marketingový výskum.....	112
54. 077M/10	Medzinárodné financie.....	114
55. 022M/00	Medzinárodný manažment ľudských zdrojov.....	116
56. 025M/18	Medzinárodný manažment ľudských zdrojov.....	118
57. 030M/00	Medzinárodný marketing.....	119
58. 086M/00	Modelovanie ekonomických procesov.....	121
59. 034M/00	Nové technológie a komunikačné média v marketingu.....	123
60. 035M/00	Nové trendy v marketingu.....	125
61. 05SJ/15	Obhajoba diplomovej práce (štátnicový predmet).....	128
62. 093M/00	Obranná a bezpečnostná politika EÚ.....	129
63. 229M/16	Oceňovanie podnikov.....	131
64. 300AM/16	Oceňovanie podnikov II.....	133
65. 038M/00	Organizačné kultúry (európske špecifiká).....	135
66. 039M/00	Organizačné správanie.....	137
67. 043M/12	Podnikateľská etika.....	139
68. 044M/00	Podnikateľská etika pre personálny manažment.....	142
69. 314M/16	Podnikové procesy a softvérové inžinierstvo.....	144
70. 103_M/12	Poist'ovacie systémy z právneho pohľadu.....	145
71. 192AM/17	Praktické finančné trhy I.....	147
72. 193AM/17	Praktické finančné trhy II.....	148
73. 160M/16	Prax.....	150
74. 023M/00	Procesný manažment.....	151
75. 194FJM/15	Prípadové štúdie z podnikových financií /FJ/.....	153
76. 150AB/17	Písanie vedeckých článkov.....	154
77. 345M/19	Relaxačné techniky pre manažérov.....	159
78. 346M/20	Relaxačné techniky pre manažérov II.....	160
79. 048M/00	Spoločenský marketing.....	161
80. 054M/09	Spracovanie dát pre manažment a marketing (Data mining II.).....	163
81. 101M/13	Spracovanie údajov I - SQL.....	165
82. 050M/00	Správanie zákazníkov.....	166
83. 040M/16	Strategické analýzy.....	168
84. 027M/00	Strategické myslenie a stratégia.....	170
85. 031M/16	Strategický controlling.....	172
86. 032M/00	Strategický manažment.....	173
87. 045M/16	Strategický manažment finančných inštitúcií.....	175
88. 077M/16	Strategický marketing.....	177
89. 025M/00	Stratégia logistiky.....	180
90. 316M/16	Stratégia organizácie v IKT.....	182
91. 316M/20	Stratégia organizácie v IKT.....	183
92. 063M/16	Stratégie a financovanie New Ventures.....	184
93. 059M/00	Systémy odmeňovania.....	185
94. 099M/12	Súčasný trendy v praxi manažmentu.....	187
95. 072M/00	Viacrozmerné metódy v manažmente (SAS).....	189
96. 331M/16	Výskumné metódy v IT.....	191

97. 080M/00	Znalostný manažment.....	194
98. 302AM/17	Zručnosti pre úspech – z univerzity do praxe.....	196
99. 104_M/12	Zákonník práce - prípadové štúdie.....	200
100. 141M/17	Ázijský manažment.....	201

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 34

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

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

Dátum poslednej zmeny: 11.06.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Odporúčaná literatúra:

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

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

zoštieňovania firmy odpredajom značiek z portfólia. Súčasťou predmetu je náčrt problematika ochrany značky, otázky metodík oceňovania značiek, vytvárania synergie medzi značkami, značiek a porovnanie jestvujúcich rebríčkov značiek.

Stručná osnova predmetu:

Stručná osnova predmetu:

1. Značka. Čo je značka, genéza vzniku značiek, súčasný význam značky v podniku. Vytvorenie značky. Budovanie značky. Kedy budovať značku a kedy nie. Akú značku budovať.
2. Podnik a značka. Význam značky pre firmu. Budovanie značky a riadenie značky. Pozicionovanie značky. Brand lojality.
3. Značka v teórii a praxi manažmentu. Definície a pojmy. Typológia značiek. Rôzne prístupy k budovaniu značky. Podmienky pre vybudovanie a fungovanie značky.
4. Hodnoty značky. Značka a jej hodnota. Značka ako hodnota a morálny záväzok.
5. Vytvorenie značky – výhody a nevýhody. Nadobudnutie značky – výhody a nevýhody. Franchising, licencia, akvizícia, vstup do siete.
6. Pôsobenie značky. Lokálne – národné – kontinentálne – globálne značky. Proces tvorby globálnej značky. Úspešná a neúspešná značka.
7. Monolitická stratégia – jedna značka pre všetky produkty. Korporátne značky. Výhody a nevýhody. Synergia medzi produktami.
8. Stratégia - mnoho značiek v portfóliu. Výhody a nevýhody. Synergické efekty medzi značkami a možnosti ich využitia. Kanibalizácia značiek.
9. Privátne značky – značky predajcov. Dôvody vzniku. Výhody a nevýhody. Typy privátnych značiek.
10. Osobnosť a imidž značky. Budovanie osobnostných charakteristík značky a imidžu značky – zmena osobnostných charakteristík, rebranding a zmeny pozicionovania značky.
11. Ochrana značky. Formy a typy ochrany, národná a medzinárodná ochranná známka. Čo je možné a potrebné chrániť. Cena ochrany.
12. Hodnota značky – brand equity. Pojem brand equity, zložky brand equity. Značka ako najhodnotnejšie nehmotné aktívum firmy. Značka ako investícia. Rast hodnoty značky a hodnoty firmy.
13. Najhodnotnejšie a najstabilnejšie značky, dôvody pre ktoré nimi sú a aký proces predchádzal ich súčasnému postaveniu. Oceňovanie značiek, 4 základné metódy. Udržanie hodnoty značky.

Odporúčaná literatúra:

Smolková, E., Štarchoň, P., Vilčeková L. a d.: Značky a slovenský zákazník. 2013.

Vydavateľstvo UK v Bratislave, ISBN 978-80-223-3535-5

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

Kapferer J., N.: The new strategic brand management. MPG Books Bodmin.

2008 ISBN 978-0-7494-5085-4. Dostupné na: [http://books.google.sk/books?](http://books.google.sk/books?i=8PoItiB7bicC&printsec=frontcover&hl=sk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

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

Aaker, D.: Brand portfolio strategy. 2004. New-York Simon & Schuster. ISBN

0-7432-4938-0. Dostupné na: [http://books.google.sk/books?id=MpDur-](http://books.google.sk/books?id=MpDur-nHqa4C&printsec=frontcover&dq=brand+management+Aaker&hl=en&sa=X&ei=zpljU-qeNOqI7Ab9soDoDg&redir_esc=y#v=onepage&q=brand%20management%20Aaker&f=false)

[nHqa4C&printsec=frontcover&dq=brand+management+Aaker&hl=en&sa=X&ei=zpljU-](http://books.google.sk/books?id=MpDur-nHqa4C&printsec=frontcover&dq=brand+management+Aaker&hl=en&sa=X&ei=zpljU-qeNOqI7Ab9soDoDg&redir_esc=y#v=onepage&q=brand%20management%20Aaker&f=false)

[qeNOqI7Ab9soDoDg&redir_esc=y#v=onepage&q=brand%20management%20Aaker&f=false](http://books.google.sk/books?id=MpDur-nHqa4C&printsec=frontcover&dq=brand+management+Aaker&hl=en&sa=X&ei=zpljU-qeNOqI7Ab9soDoDg&redir_esc=y#v=onepage&q=brand%20management%20Aaker&f=false)

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

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

Taylor, D.: Brand management. Řízení značky. Computer Press, Brno 2007.

ISBN 978-80-251-1818-4

Chernatony, L.: Značka, od vize k vyšším ziskům. Brno, Computer Press 2009, 978-80-251-2007-1							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenčina							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 175							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
62,29	0,0	26,29	4,0	1,14	0,0	5,14	1,14
Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.							
Dátum poslednej zmeny: 17.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/310M/16	Názov predmetu: Business Intelligence
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je vsúlade so Študijným poriadkom UK ajednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent ana hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Priebežné hodnotenie za semester (100 bodov).•10 bodov –mid-term test•20 bodov–test•60 bodov–projekt•10 bodov–prezentácia na stanovenú tému	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu získa študent vedomosti o možnostiach nasadenia nástrojov BI, bude vedieť na základe stanovených KPI identifikovať zdroje dát na KPI, rozumieť procesu ETL, vytvoriť dátový model a navrhnuť parametre nástroja BI vhodného pre konkrétny subjekt. Predmet sa bude snažiť ísť aj za rámec možností BI. Konkrétne problematika predmetu bude mať za cieľ poskytnúť študentom základné a potrebné znalosti, aby po absolvovaní kurzu mohli určiť, kedy daná doména je naozaj veľmi komplexná, a koľko a akých rozhodnutí je nutné robiť pri manažovaní danej domény. Hlavným cieľom bude tiež zistiť, ako analyzovať, navrhovať, implementovať a overiť systémy podpory rozhodovania (DSS), pre tento druh domén. Kľúčovými témami predmetu bude najmä integrácia modelov umelej inteligencie a štatistických modelov, a získavanie znalostí z dát.	
Stručná osnova predmetu: 1.Účel BI v kontexte manažérskej práce. 2.Analytický riadená organizácia, koeficient analytickej inteligencie. 3.Typické biznis problémy, stanovenie KPI. Typické technické problémy: heterogénne systémy, rôzne zdroje dát, rôzne (nejednotné, prípadne nekonzistentné) dátové modely, dáta včase, dáta a informácie, ktoré nie súpriamo voperačných/transakčných systémoch, rôzna kvalita dáta v rôznych systémoch (a rôzne nároky kvalita x cena), obmedzenia reportingu z operačných/transakčných systémov, dáta v.xls(x) tabuľkách u používateľov. 4.Dátové sklady, účel a prínosy. 5.Dáta, organizácia, argumentácia pre DWH aBI v MSP, koncept Business Case.	

- 6.Fakty a dimenzie. Dátové modely –Inmon a Kimball.
- 7.Architektúra dátového skladu. ETL a kvalita dát.
- 8.Front end analytická vrstva (Power BI, QlikView,SAP Business Objects,). Výber vhodného nástroja pre MSP, základy práce s produktom QV.
- 9.Získavanie znalostí v DSS: od dát k modelom. Dátová štruktúra, filtrovanie dát, znalostné modely –popisné modely –asociatívne modely –diskriminačné modely –prediktívne modely – pravdepodobnostné modely –fuzzy modely.
- 10.Nástroje a aplikácie. Softvérové nástroje pre rozvoj DSS, aplikácie DSS na reálne problémy. Budúce trendy v DSS.
- 11.Semináre: riešenie praktických problémov a prípadových štúdií manažérskeho rozhodovania.
- 12.Pozvanéprednášky zpraxe.

Odporúčaná literatúra:

Odporúčaná literatúra:

- 1] KAHNEMAN, D. 2013. Thinking, Fast and Slow. Farrar, Straus and Giroux, 2013. ISBN 978-0374533557
- 2] LABARGE, R. 2012. Datové sklady. Brno : Computer Press, 2012.
- 3] LACKO, L. 2009. Business Intelligence v SQL Serveru 2008. Brno : Computer Press, 2009.
- 4] NOVOTNÝ O. – POUR J. – SLÁNSKÝ D. 2005. Business Intelligence. Jak využit bohatství ve vašich datech. Praha : Grada Publishing, 2005.
- 5] POUR J. – NOVOTNÝ O. – MARYŠKA, M. 2012. Business Intelligence v podnikové praxi. Professional Publishing 2012.
- 6] HAERTZEN, D.: The Analytical Puzzle: Profitable Data Warehousing, Business Intelligence and Analytics Technics Publications, LLC; First edition, June 20, 2012.
- 7] SHANNON, D. M. – DAVENPORT, M. A. 2001. Using SPSS to Solve Statistical Problems: A Self Instruction Guide. Upper Saddle River : Prentice Hall, 2001.
- 8] TURBAN, E. – SHARDA, R. – ARNSSON, J. E. – KING, D. 2008. Business Intelligence: A Managerial Approach. Upper Saddle River : Pearson Prentice Hall, 2008.
- 9] TURBAN, E. – ARONSON, J. E. – LIANG, T. 2007. Decision Support and Business Intelligence Systems. Upper Saddle River : Pearson Prentice Hall, 2007.
- 10] WILLIAMS, F. – MONGE, P. 2001. Reasoning with Statistics: How to Read Quantitative Research. 5th Edition. Fort Worth : Harcourt College Publishers : 2001, ISBN 0-15-50681-6
- 11] Webové sídlo Akademickéj knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.
- 12] Ďalšie zdroje budú priebežne dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Výučba predmetu sa uskutočňuje v laboratóriu výpočtovej techniky.
Samoštúdium je podporené e-learningovou formou.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 73

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
54,79	0,0	20,55	6,85	4,11	2,74	10,96	0,0

Vyučujúci: RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 03.03.2021
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

2. Téma - Pojem turizmus a odvetvie cestovného ruchu.

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

3. Téma - Konkurencieschopnosť krajiny

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

4. Téma - Podoby CR

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

5. Téma - Poskytovatelia cestovného ruchu, subjekty CR.

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

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

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

8. Téma - Marketing v CR

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

9. Téma - Strategické partnerstvá v CR

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

10. Téma - Cestovný ruch v Slovenskej republike

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

11. Téma - Podmienky podnikania v CR.

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

12. Téma - Destinačný manažment

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

13. Téma - Značka v cestovnom ruchu

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

Odporúčaná literatúra:

Odporúčaná literatúra:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 100

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

Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 17.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/311M/16	Názov predmetu: Cloud Computing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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 z výpočtovej techniky v oblasti cloud computing s využitím programového vybavenia, ktoré má fakulta k dispozícii a získa hlbšie teoretické poznatky z oblasti cloudových výpočtových systémov. 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: 1. Úvod do cloud computingu, 2. Softvér ako služba (SaaS), 3. Platforma ako služba (PaaS), 4. Infraštruktúra ako služba (IaaS), 5. Verejné cloudy, 6. SLA manažment, 7. Licenčné podmienky popredných poskytovateľov cloudových služieb, 8. Privátne cloudy, 10. Hybridný model cloudu, 11. Cloud computing a bezpečnosť, 12. Vývoj aplikácií v cloude, 13. Architektúry cloudových systémov, 14. Cloud a regulácie.	
Odporúčaná literatúra:	

- [1]. BAHGA, Arshdeep a Vijay MADISETTI, 2013. Cloud Computing: A Hands-On Approach. 1 edition. s.l: CreateSpace Independent Publishing Platform. ISBN 978-1-4944-3514-1.
- [2]. JACKSON, Kevin, Cody BUNCH a Egle SIGLER, 2015. OpenStack Cloud Computing Cookbook - Third Edition. 3 edition. B.m.: Packt Publishing - ebooks Account. ISBN 978-1-78217-478-3.
- [3]. MARINESCU, Dan C., 2017. Cloud Computing, Second Edition: Theory and Practice. 2 edition. Cambridge, MA: Morgan Kaufmann. ISBN 978-0-12-812810-7.
- [4]. RAFAELS, Mr Ray J., 2015. Cloud Computing: From Beginning to End. B.m.: CreateSpace Independent Publishing Platform. ISBN 978-1-5114-0458-7.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 143

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
60,14	0,0	11,89	16,78	4,9	3,5	2,8	0,0

Vyučujúci: Mgr. Vincent Karovič, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 19.02.2018

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

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 22

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
40,91	0,0	4,55	22,73	22,73	4,55	4,55	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 08.10.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/014AM/16	Názov predmetu: Daňovníctvo
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:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Základy daňovníctva, Účtovníctvo I. – 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: When students complete the course they will be capable to: 1. Use appropriate terminology to communicate tax accounting concepts. 2. Explain the theory and objectives of tax law, and distinguish between different tax strategies, elections, and related decisions. 3. Calculate taxable income as it relates to corporate, partnership, and individual tax returns. 4. Explain tax law as it relates to various taxable entities (individuals, corporations, partnerships) 5. Identify tax research resources to solve tax problems. 6. Gain a better understanding of the Internal Revenue Code and the IRS administrative process as related to tax law. This course begins with a discussion of the general aspects of the OECD tax classification, Model Double Taxation Convention (policy, background and development), The treaty attribution rules are analysed with regard to business and professional income (Art. 7), transportation income (Art. 8), real property income (Art. 6), dividends (Art. 10), interest (Art. 11), royalties (Art. 12) and capital gains (Art. 13). This course in the second part covers the income tax issues involved in the organization and operation of business entities in the EU. Both corporations and partnerships are studied, and attention is given to the choice of entity and income tax classification. The course provides the background necessary for understanding and participating in many types of business transactions involving both publicly and closely held organizations.	
Stručná osnova predmetu: 1. Tax and OECD tax classification. 2. Direct taxes 3. Indirect taxes	

4. Corporate Income Taxation and Corporate Tax systems
5. Taxable and tax deductibles elements of the income statement, Taxable Income, taxable base, adjustments of the taxable base
6. Deferred Tax asset and Deferred Tax Liability
7. Income tax return preparation
8. Legislation and taxes, in the EU and in the member states
9. CCCTB – Common Consolidate Corporate Tax Base – harmonization of the taxes
10. Ethics In Tax Practice
11. Fraud in Tax practice,
12. Tax evasion, tax avoidance, Carrousel schemes

Odporúčaná literatúra:

1. ACCA – Taxation, the latest edition
2. MESSERE K. et al.: Tax Policy: Theory and Practice in OECD Countries. 1st edition. Oxford : Oxford university press, 2003. , 2nd, 3rd, edition
3. TERRA, B. – WATTEL, P.: European Tax Law. The Hague : Kluwer law international,
4. Dennis-Escoffier, Shirley and Fortin, Karen A. Taxation for Decision Makers. 2011, Wiley , ISBN: 978-0-470-87934-4

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 105

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
79,05	0,0	13,33	1,9	0,0	5,71	0,0	0,0

Vyučujúci: doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., Mgr. Lenka Papíková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 18.01.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KMk/142M/16				Názov predmetu: Diplomový projekt			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 982							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
71,79	0,0	13,54	4,79	1,83	2,24	5,8	0,0
Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Eva Brestovanská, PhD., PhDr. Gabriela Bérešová, PhD., Ing. Miloslav Chalupka, PhD., doc. Mgr. Emília Charfaoui, CSc., PhDr. Lukáš Copuš, PhD., doc. Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., Mgr. Martina Drahošová, PhD., doc. Ing. Milan Fekete, PhD., doc. Mgr. Jana Fratričová, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniiová, PhD., Mgr. Peter Gál, doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD., Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD., Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD., Mgr. Lucia Kohnová, PhD., Mgr. Janka Kottulová, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD., PhDr. Daniela Majerčáková, PhD., MBA, Mgr. Juraj Mikuš, PhD., doc. Mgr. Petra Milošovičová, PhD., Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD., prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., Mgr. František Olšavský, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Ing. Ján Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., Mgr. Lucia Paškrtová, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Michaela Poláková, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD., doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc., prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., Mgr. Ján Smoleň, PhD., doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., doc. PhDr. Paulína Stachová, PhD., doc. Ing. Zuzana Stoličná, PhD., doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská,							

PhD., Mgr. Rita Szalai, PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD., Ing. Viera Ölvecká, PhD., doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., doc. Ing. Daniela Špírková, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., doc. JUDr. PhDr. Silvia Treľová, PhD., RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD., Ing. Vladimír Valach, PhD., MBA, Mgr. Michal Páleník, PhD., PhDr. Peter Ondris, PhD., prof. Ing. Ján Rudy, PhD., Mgr. Magdaléna Musilová, PhD.

Dátum poslednej zmeny:

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/309M/16				Názov predmetu: Diplomový seminár I			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 1 Za obdobie štúdia: 14 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 1							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1281							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
59,09	0,0	10,85	5,23	1,95	2,03	20,77	0,08
Vyučujúci: doc. PhDr. Paulína Stachová, PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, PhD., doc. Mgr. Emil Wojčák, PhD., PhDr. Gabriela Bérešová, PhD., Mgr. Eva Brestovanská, PhD., Ing. Jaroslav Huľvej, PhD., doc. Mgr. Veronika Gežík, PhD., Mgr. Jan Janac, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc., Mgr. Janka Kottulová, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., PhDr. Daniela Majerčáková, PhD., MBA, doc. Mgr. Petra Milošovičová, PhD., Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., Ing. Viera Ölvecká, PhD., Mgr. Lucia Paškrťová, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD., prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., Mgr. Ján Smoleň, PhD., doc. Ing. Zuzana Stoličná, PhD., Ing. Boris Štunc, CSc., Mgr. Martin Vozár, PhD., doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Ing. Ján Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., doc. Ing. Milan Fekete, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD., doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD., doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., Mgr. Samuel Smolka, PhD., doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc., doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., Mgr. František Olšavský, PhD., doc. Ing. Daniela Zemanovičová, CSc., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD., Mgr. Lucia Kohnová, PhD., doc. Mgr. Jana Fratričová, PhD., PhDr. Lukáš Copuš, PhD., prof. Ing. Ľubica							

Bajžíková, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., prof. PhDr. Anna Remišová, CSc., Mgr. Michaela Poláková, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD., Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD., doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD., Mgr. Eleonóra Beňová, PhD., doc. JUDr. Ján Matlák, CSc., doc. JUDr. PhDr. Silvia Treľová, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD., Mgr. Juraj Mikuš, PhD., Mgr. Mário Papík, PhD., Mgr. Lenka Procházková, PhD., Mgr. Petronela Klačanská, PhD., Ing. Rastislav Kulháněk, PhD., Mgr. Michal Páleník, PhD., Mgr. Magdaléna Musilová, PhD., Mgr. Lenka Papíková, PhD., Mgr. Boris Mucha, PhD., prof. Ing. Ján Rudy, PhD.

Dátum poslednej zmeny:

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KSP/047M/16				Názov predmetu: Diplomový seminár II			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 985							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
62,74	0,0	17,36	8,43	3,15	3,35	4,97	0,0
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Ing. Ján Papula, PhD., doc. Ing. Milan Fekete, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD., doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., Mgr. Lucia Kohnová, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD., Mgr. Juraj Mikuš, PhD., prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc., doc. PhDr. Paulína Stachová, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., prof. Mgr. Tatiana Kluvánková, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., PhDr. Gabriela Bérešová, PhD., Mgr. Eva Brestovanská, PhD., Mgr. Janka Kottulová, PhD., PhDr. Daniela Majerčáková, PhD., MBA, doc. Mgr. Petra Milošovičová, PhD., Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., doc. Ing. Zuzana Stoličná, PhD., doc. Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., Ing. Viera Ölvecká, PhD., Mgr. Lucia Paškrtová, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD., Mgr. Ján Smoleň, PhD., Mgr. Martin Vozár, PhD., doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD., prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD., prof. PhDr. Anna Remišová, CSc., prof. Ing. Ján Rudy, PhD., doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD., doc. Mgr. Jana Fratričová, PhD., Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD., Mgr. Michaela Poláková, PhD., doc. Mgr. Emil Wojčák, PhD., PhDr. Lukáš Copuš, PhD., doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD., Mgr. Peter Mrázik, PhD., doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., Mgr.							

František Olšavský, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc., doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Martina Drahošová, PhD., Mgr. Rita Szalai, PhD., Mgr. Eleonóra Beňová, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., doc. JUDr. Ján Matlák, CSc., doc. JUDr. PhDr. Silvia Treľová, PhD., Ing. Miloslav Chalupka, PhD., RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD., Ing. Rastislav Kulhánek, PhD., prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD., Mgr. Petronela Klačanská, PhD., Mgr. Magdaléna Musilová, PhD., Mgr. Mário Papík, PhD., Mgr. Boris Mucha, PhD., Mgr. Lenka Papíková, PhD., Ing. Vladimír Valach, PhD., MBA, Mgr. Michal Páleník, PhD., doc. Mgr. Emília Charfaoui, CSc.

Dátum poslednej zmeny:

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/315M/16	Názov predmetu: Dáta, znalosti, rozhodovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): informačné systémy a aplikačný softvér, štatistika, matematika, finančný manažment,	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Účasť na seminároch, domáce úlohy, a vypracovanie a prezentovanie záverečného projektu. Projekt môže byť aj tímový (odporúčanie: maximálne dvaja študenti). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Grading 40% Homework 40 pts 60% Group Project: Proposal 10 pts. Midterm report 10 pts. Final Poster/Presentation/Paper 30 pts. Answers to questions in discussion 10 pts.	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní tohto kurzu: - Budete vedieť vybrať a vyhodnotiť rôzne typy údajov, ktoré sa majú použiť pri rozhodovaní. - Na získanie obhájitelných záverov, založených na údajoch budete vedieť používať vhodné štatistické, analytické, popisné a prediktívne metódy; - Naučíte sa používať vhodné štatistické metódy na riešenie rozhodovacích problémov. - Na prípravu, spracovanie a analýzu údajov budete vedieť použiť MS Excel alebo Wolfram Mathematica. - Tiež sa naučíte kriticky vyhodnotiť analýzy údajov a vypracovať stratégie na lepšie rozhodnutia.	
Stručná osnova predmetu: Úvod: rozhodovacie procesy, príklady, modely, návrh, validita vizualizácia údajov, spracovanie údajov, Solver (riešiteľ) pravdepodobnosť, testovanie hypotéz, regresia, korelácia, analýza chýb, rozhodovacie stromy, CPM	
Odporúčaná literatúra: Odporúčaná literatúra: [1] KAHNEMAN, D. Thinking, Fast and Slow. Farrar, Straus and Giroux. ISBN 03-745-3355-5 [2] MORASCHI, D. 2013. Business Intelligence with MicroStrategy Cookbook. Birmingham : Packt Publishing, 2013. ISBN 978-17-821-7975-7	

- [3] PLOUS, S. The Psychology of Judgment and Decision Making. McGraw-Hill. ISBN 00-705-0477-6
- [4] POWER, D. J. 2002. Decision Support Systems: Concepts and Resources for Managers. Greenwood Publishing Group, 2002.
- [5] SHANNON, D. M. – DAVENPORT, M. A. 2001. Using SPSS to Solve Statistical Problems: A Self Instruction Guide. Upper Saddle River : Prentice Hall, 2001.
- [6] TURBAN, E. – ARONSON, J. E. – LIANG. T. P. 2005. Decision Support Systems and Intelligent Systems. Pearson/Prentice Hall, 2005.
- [7] WILLIAMS, F. – MONGE, P. 2001. Reasoning with Statistics: How to Read Quantitative Research. 5th Edition. Fort Worth : Harcourt College Publishers, 2001. ISBN 01-550-6816-X

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Znalosť anglického jazyka je nutná.

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 43

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
88,37	0,0	4,65	4,65	0,0	0,0	2,33	0,0

Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., PhDr. Ing. Monika Dávideková, PhD., Mgr. Soňa Dávideková, MPH, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 05.10.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/372B/20	Názov predmetu: Dátové analýzy pre manažment
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: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 30/70	
Výsledky vzdelávania: Business Data Scientist • Analyzuje dáta za pomoci rôznych nástrojov • Rieši problémy využitím techník modelovania • Dizajnuje, stavia a stará sa o údržbu dát a analytickej infraštruktúry • Vytvára sofistikované analytické modely • Odvodzuje komplexne nadobudnuté výstupy z dát za účelom informovania klienta a uľahčenia jeho obchodného rozhodnutia • Skills: extrakcia dát, transformácia dát, načítanie dát, dynamická analýza dát, strojové učenie, Big Data, SQL, R, Python a mnoho iných.	
Stručná osnova predmetu: Prvá časť – Práca s reálnou databázou NAY Elektrodom v SQL 1. Ako vyzerá skutočná databáza a ako vyzerajú skladované reálne dáta? (Úvod do SQL. Základné štruktúry. Základné príkazy (Select, Where, Order By, ...). Typy dát. Kľúče.) 2. Ako extrahovať potrebné dáta z databázy pre ďalšiu analýzu? (Spájanie dát (Join, Inner Join, Union, ...)) 3. Ako ušetriť hodiny pri náročných databázach pri sťahovaní a analyzovaní dát cez SQL? (Efektívne písanie kódu v SQL. Window Function.) 4. Sumarizácia vedomostí (Precvičovanie predchádzajúcich úloh. Indexovanie.) Druhá časť – Štatistika v R-ku 5. Ako používať R-ko, jeden z dátovými analytikmi najpoužívanějších jazykov? (Úvod do R. Knižnice Premenné. Polia. Data Frames. Funkcie. For cyklus. If.) 6. Ako vykonať úvodnú deskriptívnu a exploratívnu analýzu dátového súboru? (Základné štatistické ukazovatele (stredná hodnota, rozptyl, kvantily). Grafy (histogram, boxplot).) Aká je hodnota priemerného košíka v NAY Elektrodom? Koľko produktov obsahuje? Má NAY Elektrodom nejakých veľkonákupcov?	

7. Ako si overiť a otestovať hypotézy v R-ku (časť 1)? (Štatistická indukcia. Testovanie štatistických hypotéz. Parametrické testy.) Je priemerná výška nákupu v NAY Elektrodom rovnaká na Západe a Východe?
8. Ako si overiť a otestovať hypotézy v R-ku (časť 2)? (Štatistická indukcia. Testovanie štatistických hypotéz. Neparametrické testy.)
9. Ako zistím základné vzťahy a súvislosti medzi premennými dátového súboru? (Korelačná a asociačná analýza. Kovariancia. Korelácia a korelačné koeficienty. Chi-kvadrát test, miery asociácie)
- Keď zákazník platí bodmi, nakupuje za viac peňazí? Čím viac bodov má zákazník na NAY karte, tým nakupuje drahšie výrobky?
10. Ako zistím vzťah medzi dvomi/ viacerými nezávislými/ závislými skupinami dátového súboru? (F-test, t-test a ANOVA – parametrická/neparametrická.) Obsahujú košíky zákazníkov s vernostnou kartou drahšie výrobky ako košíky zákazníkov bez vernostnej karty? Zákazníci s vyššou úrovňou NAY karty nakupujú viac ako zákazníci s nižšou úrovňou?
11. Ako odhalím zložitejšie vzťahy v dátach a vytvorím predikciu? (Regresné modely - lineárne/ logistické. Jednoduchý a viacnásobný lineárny/ logistický model. Metóda najmenších štvorcov.) Od čoho všetkého závisí výška nákupu zákazníka v NAY Elektrodom?
12. Ako identifikujem trend v dátach? (Analýza časových radov. Rozklad časového radu na zložky. Určovanie trendu.)
- Tretia časť – Python
13. Ako využiť nadobudnuté vedomosti v čoraz častejšie používanom jazyku Python?
- Štvrtá časť – Prednáška s atraktívnym hosťom z praxe

Odporúčaná literatúra:

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 148

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
76,35	0,68	10,81	2,03	0,0	0,0	6,76	3,38

Vyučujúci: doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD., Mgr. Tadeáš Chujac, Ing. Rastislav Kulhánec, PhD., PhDr. Peter Veselý, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 16.12.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave						
Fakulta: Fakulta managementu						
Kód predmetu: FM.KIS/010M/00			Názov predmetu: E-biznis a e-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: 6						
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.						
Stupeň štúdia: II.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu: www.e-biznis.eu						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 552						
A	ABS	B	C	D	E	FX
72,1	0,0	13,77	5,98	3,26	0,72	4,17
Vyučujúci: prof. 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.KIS/100M/18				Názov predmetu: E-biznis a e-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: 6							
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	M
50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/181M/19	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: 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: 1

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

Vyučujúci: Mgr. Martin Rapoš

Dátum poslednej zmeny: 19.09.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/265AJM/15	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: 2., 4.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Small-group (3-5 students) semester project on selected issues of the EU/CM - Semester test - Presentation of the semester project and discussion/debate on selected issues	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Introduction to international economic relations (IER) and regional integration (RI) - Brief history of the development in the IER - Main factors of the contemporary IER – globalization, international regional economic integration (IREI), international trade, FDI, international organizations, NGOs, etc. - Declining role of national states/governments in the IER - The role of the United Nations and its specialized agencies in the IER - Regional aspects of the UN role in the IER and technical and financial assistance to developing countries - Other important international organizations regarding IER (OECD, WTO, etc.) and their role in the IER - Institutionalization of the IREI and its role in IER – the model role of the EU institutions - “Free trade” as the basics of the IER and IREI - FDI as an important factor for the development of IER and IREI especially for developing and transitional countries - IREI and its role in the IER and regarding ongoing globalization (main building block and/or hurdle) - IREI as the dominant feature and development trend in the contemporary IER - Main stages of the IREI - Types and specifics of the IREI - Basic terms and forms of the IREI - The EU as a prototype of the IREI - Brief history of the EU and its effects on the development of the IREI and IER - The EU and its three pillars as new approach to the IREI and IER - The EU’s community legislation and its effects on the IREI and IER	

- The EU institutions and their functions
- The EU and its assistance to the developing world (ACP countries, etc.)
- IREI, IER and EU in the world
- Common international policies as a new important factor and development trend in the IREI and the IER
- Common international policies in trade and customs
- Common international policy in regional development
- Common international policies in agriculture - CAP
- Common international budgetary, financial and monetary policies, Euro
- Common international commercial policy and EU internal market
- The role of Common foreign and security policy in support of the IREI and IER
- Current EU development trends and problems – Eurozone, Grexit, Brexit, Illegal Refugees and Schengen, etc.
- Slovakia and its place in the ongoing globalization, IREI and 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:

English

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 119

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
59,66	0,0	30,25	9,24	0,0	0,84	0,0	0,0

Vyučujúci: prof. Ing. Dušan Šoltés, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 25.08.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/032M/00	Názov predmetu: Finančné trhy a inštitúcie
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: Podmienky na absolovanie predmetu sú: - návšteva prednášok - spracovanie prezentácie v tíme - téma z oblasti možností investovania (20%) - vypracovanie domácich úloh zadáných počas semestra (30%) - záverečná skúška (písomný test) (50%) Podmienkou na absolvovanie predmetu je získanie minimálne 60%. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50% hodnotenia je aktivita počas semestra z čoho 20% je prezentácia, 30% sú domáce úlohy zadané počas semestra. 50% je záverečná písomná skúška.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent získa teoreticko-praktické znalosti a zručnosti, ktoré môže uplatniť pri práci vo finančných inštitúciách i v súkromnom podnikateľskom sektore. Študent po absolvovaní predmetu nadobudne znalosti o fungovaní vybraných finančných trhov - najmä komoditný trh (trh drahých kovov), poisťný trh, peňažný a kapitálový trh. Študent získa znalosti a zručnosti z oblasti analýzy akciových trhov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Finančný systém, finančné trhy a finanční sprostredkovatelia. 2. Peňažný trh a jeho nástroje. 3. Devízový trh a jeho fungovanie. FOREX. 4. Komoditný trh. 5. Kapitálový trh - Trh dlhopisov a akciový trh. 6. Analýza akciového trhu a jej metódy. 7. Odvetvová a mikroekonomická analýza. 8. Technická analýza, Psychologická analýza a špekulatívne bubliny. 9. Kolektívne investovanie. 10. Hedge fondy. 11. Realitné fondy.	

12.Suverénne fondy.							
Odporúčaná literatúra: Chovancová, B., Malacká V., Demjan,V. Kotlebová, J.: Finančné trhy – nástroje, transakcie, Walters Kluver, Bratislava 2016 Kohout, P. : Investiční strategie pro třetí tisíciletí, Grada, Praha 2008 Jílek, J. : Finanční trhy a investování, Grada, Praha 2008 Musílek, P.: Analýza cenných papíru, Grada, Praha 2004 Jílek, P.: Finanční trhy, Grada, Praha 2002 Rejnuš, O: Finanční trhy, Grada Praha 2014							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 310							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
19,35	0,0	26,45	23,87	14,84	12,58	2,26	0,65
Vyučujúci: Mgr. Katarína Rentková, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 10.05.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/033M/00	Názov predmetu: Finančné účtovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Účtovníctvo I.-II.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 45/55	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1. Finančné účtovníctvo – cieľ, predmet a funkcie, koncepčný rámec finančného účtovníctva, aktuálna báza a hotovostná báza 2. Zostavenie všetkých základných finančných výkazov 3. Manipulácia s výsledkom hospodárenia, Realizačný princíp uznania výnosov / Earnings of the higher and lower quality, Recognition of the income 4. Krátkodobé aktíva – peniaze a peňažné ekvivalenty, pohľadávky/ Current assets 5. Zásoby/Inventories 6. Dlhodobé aktíva/ Long term assets 7. Finančný majetok/ Short-term and long-term investments 8. Krátkodobé záväzky/ Current Liabilities 9. Dlhodobé záväzky/ Long-term liabilities 10. Operačný a finančný lízing / Operating and Financial Lease 11. Vznik spoločnosti, vlastné imanie / Shareholders' Equity 12. Výsledok hospodárenia, jeho prerozdelenie – EPS, P/E, atď 13. Dividendy – hotovostné a akciové dividendy /Cash and stock dividends	
Odporúčaná literatúra: [1] SAXUNOVÁ, D. 2019. Financial Statements for the Needs of Managers -Global Accounting Standards : US GAAP and IFRS. Prague : Wolters Kluwer, 2019. [2] Saxunová, D.: Podnikanie v európskom hospodárskom priestore - Győr: Palatia Nyomda and Kiadó, 2013. - S. 126-198. ISBN 978-963-7692-48-2 [3] Krištofik, P. - Saxunová, D. - Šuranová, Z.: Finančné účtovníctvo a riadenie s aplikáciou IFRS. - 2. preprac. a dopl. vyd. - Bratislava: Iura Edition, 2011. - 803 s. – ISBN 978-80-8078-396-9,	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 1675							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
10,57	0,0	15,1	19,34	18,69	26,69	9,25	0,36
Vyučujúci: prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., Mgr. Rita Szalai, PhD., Mgr. Lenka Papíková, PhD., PhDr. Loretta Pinke							
Dátum poslednej zmeny: 19.01.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

1. Smoleň, J., Komorník J., Finančný Manažment, Univerzita Komenského 2019
2. Brigham, E. F., Ehrhardt, M. C.: Financial Management, 13th Edition, Thomson, South-Western, 2005
3. Brealey, R. A., Myers, S. C.: Principles of Corporate Finance, 7th Edition, McGraw Hill, 2003
4. Komorník J., Majerčáková D., Husovská M.: Finančný manažment, Kartprint 2011

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 3461

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
18,95	0,0	25,86	18,38	13,18	14,68	8,73	0,23

Vyučujúci: Mgr. Katarína Rentková, PhD., Mgr. Magdaléna Musilová, PhD., Mgr. Peter Nováček

Dátum poslednej zmeny: 29.01.2021

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: 90							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
75,56	0,0	17,78	3,33	2,22	0,0	1,11	0,0
Vyučujúci: Mgr. Anna Jurišová, doc. Dr. Frédéric Delaneuville, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 18.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/046M/16	Názov predmetu: Hodnotový manažment a podnikateľské riziká MSP
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Finančný manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (90 percent), skúška v skúškovom období (10 percent). • 40 percent – midterm kontrola. • 40 percent – druhá etapa projektu. • 10 percent – aktivita na seminároch. • 10 percent – ústna skúška. Počas semestra budú študenti priebežne pracovať každý na vlastnom projekte s tým, že v rámci midterm kontroly môžu získať 40 percent, za druhú etapu projektu 40 percent, aktivita na seminároch 10 percent, ústna skúška 10 percent. Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent.	
Výsledky vzdelávania: Študenti absolvovaním predmetu získajú teoretické poznatky, spoznajú najnovšie trendy a praktické skúsenosti z oblasti hodnotového manažmentu malých a stredných firiem ako aj ich podnikateľských rizík. Tieto poznatky si utvrdia praktickou aplikáciou modelového postupu na podmienky konkrétnej malej alebo strednej firmy tak, aby boli schopní pochopiť postup strategického riadenia jej vnútornej hodnoty ako aj dopad podnikateľských rizík na hodnotu tohto typu firiem. Výučba tohto predmetu takisto umožní študentom integrované pochopenie riadenia a to z pohľadu najmä strategického a finančného riadenia. Študenti ďalej získajú celkový obraz o systémoch riadenia hodnoty MSP v rôznych štádiách ekonomického cyklu. Pomocou modelového nástroja (toolkit v.xls) získajú schopnosť zvládnuť komplexné riešenie problematiky na praktickej úrovni a byť tak pripravení pôsobiť ako manažéri alebo vlastníci malého alebo stredného podniku v náročnom turbulentnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu:	

1. Úvod do predmetu.
2. Hodnotový manažment a strategické riadenie MSP.
3. Špecifiká hodnotového riadenia MSP vs. veľké korporácie.
4. Základné modely hodnotového riadenia MSP.
5. Kľúčové bloky procesu strategického riadenia vnútornej hodnoty MSP.
 - a) Stanovenie strategický cieľov hodnotového riadenia MSP.
 - b) Identifikácia silných a slabých stránok MSP na základe finančnej a nefinančnej analýzy.
 - c) Špecifiká modelovania nákladov na kapitál (WACC) MSP.
 - d) Tvorba strategických scenárov vývoja externého prostredia.
 - e) Formulácia strategických alternatív budúceho rozvoja MSP.
 - f) Simulácia vývoja vnútornej hodnoty firmy.
 - g) Výber najvhodnejšej strategickej alternatívy a jej zhodnotenie.
 - h) Implementácia riadenia hodnoty MSP.
6. Intelektuálny kapitál a jeho dopad na riadenie hodnoty MSP.
7. Podnikateľské riziká a ich vplyv na hodnotu MSP.
8. Strategické riadenie hodnoty MSP v čase krízy.
9. Hodnoty a hodnotový systém MSP („soft“ hodnoty).

Odporúčaná literatúra:

- [1] HOLIENKA, M. – PILKOVÁ, A. 2014. Comparing Impact of Intellectual Capital on Firm Performance Before and After Crisis. In: Proceedings of the 6th European Conference on Intellectual Capital ECIC 2014. Reading: Academic Conferences and Publishing International. 2014, s. 58-64. ISBN 978-1#909507#24#1
- [2] PILKOVÁ, A. – VOLNÁ, J. – PAPULA, J. – HOLIENKA, M. The influence of Intellectual Capital on Firm Performance Among Slovak SMEs In: Proceedings of the 10th International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management and Organisational Learning. Reading: Academic Conferences and Publishing International Limited, s. 329-338. ISBN978-1-909507-80-7
- [3] PILKOVÁ, A. a kol. 2012. Manažment v praxi. Prípadové štúdie zo slovenského podnikateľského prostredia. Bratislava : Oftprint, 2012.
- [4] PILKOVÁ, A. a kol. 2012. Manažment v praxi. Prípadové štúdie zo slovenského podnikateľského prostredia. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, Fakulta managementu, 2012. ISBN 978-80-80037-30-8
- [5] Diagnosing COVID-19 Impacts on Entrepreneurship. Exploring Policy Remedies for Recovery. GEM, 2020
- [6] HENSCHER, T. 2008. Risk Management Practices of SMEs. Berlin : Erich Schmidt Verlag, 2008. ISBN 978 3 503 11043 8
- [7] KOLLER, T. – GOEDHART, M. – WESSELS, D. 2010. Valuation. Measuring & Managing the Value of Companies. 5th Edition. John Wiley and Sons, 2010. ISBN 978-0-470-42465-0
- [8] KROL, F. 2007. Value Based Management in Small and Medium Enterprises. Analysis of Internal and External Impulses and Possibilities of Implementation. Arbeitspapier Nr. 9-1. Mai 2007.
- [9] Webové sídlo Akademickej knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.
- [10] Ďalšie zdroje budú priebežne dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky: Samoštúdium je podporené e-learningovou formou.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 87							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
9,2	0,0	19,54	31,03	21,84	11,49	6,9	0,0
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Juraj Mikuš, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 21.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/062M/16	Názov predmetu: Intelektuálny kapitál a inovácie v dynamickom podnikaní
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie pozostáva z nasledujúcich častí: (1) aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach 10%, (2) prezentácie na cvičeniach 20%, (3) písomný test 20%, (4) spracovaný finálny výkaz intelektuálneho kapitálu 40%, (5) záverečná prezentácia výkazu IK 10%. Celkové hodnotenie sa riadi platným hodnotiacim systémom FM UK: A = 91-100%; B = 81-90%; C = 73-80%; D = 66-72%; E = 65-60%; F = 0-59% bodov.	
Výsledky vzdelávania: Predmet sa zaoberá sa otázkou, ako premeniť znalosti na inovácie a tie následne presadiť na trhu. Efektívny manažment znalostí a inovácií predstavujú základné predpoklady úspešného rastu firiem. Študenti získajú poznatky o metódach budovania a využívania intelektuálneho kapitálu a účinnej tvorbe a komercializácii výrobkov a služieb. Absolventi predmetu budú schopní vypracovať výkaz intelektuálneho kapitálu a aplikovať získané poznatky v podnikovej praxi.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu 2. Pojem a význam intelektuálneho kapitálu 3. Intelektuálny kapitál a dynamicky rastúce podniky 4. Intelektuálny kapitál a strategický manažment 5. Reportovanie a modely intelektuálneho kapitálu 6. Analýza a meranie intelektuálneho kapitálu 7. Manažment znalostí 8. Intelektuálny kapitál a inovácie 9. Strategický manažment inovácií 10. Stratégie otvorených inovácií	
Odporúčaná literatúra: [1] ADAMS, M., OLEKSAK, M. Intangible Capital. ABC-CLIO, 2010. [2] BARTÁK, J. Od znalostí k inováciám. Praha: Alfa, 2008. [3] BUREŠ, V. Znalostní management a proces jeho zavádění. Grada, 2007. [4] INCAS CONSORTIUM. InCas: Intellectual Capital Statement : European ICS Guideline. [5] KUBIČKOVÁ, V. a kol. Dynamické podniky služieb – gazely. Bratislava: Wolters Kluwer, 2016.	

[6] MITUSCH, K., SCHIMKE, A. Gazelles – High-Growth Companies. Europe INNOVA Sectoral Innovation Watch, 2011. [7] Podklady k prednáškam a cvičeniam distribuované online počas semestra.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, anglický jazyk							
Poznámky: V zimnom semestri 2020/2021 je predmet vyučovaný online s použitím softvéru MS Teams. Prednášky a semináre sa uskutočnia v termínoch podľa rozvrhu FM UK, vyučujúci a študenti budú fyzicky na rôznych miestach, ale v spoločnej online triede v MS Teams. Vyučujúci pripraví online triedu a pošlú link študentom pred začiatkom semestra. Detaily účasti študentov v online triede (mikrofón, kamera, zdieľanie obrazovky) budú komunikované na prvej online hodine.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 121							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
28,1	0,0	52,89	9,09	2,48	0,0	4,96	2,48
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 15.07.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/058M/16	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: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester. • Semestrálny projekt (70% 1. milestone 10%, 2. milestone 15%, 3. milestone 15%; finálna prezentácia 30%) • Kolokvium (30%). Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent.	
Výsledky vzdelávania: Predmet rozvíja znalosti, zručnosti a techniky intrapodnikania (anglicky Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, Corporate Venture) ako účinného nástroja manažmentu organizácií pre dosahovanie konkurenčnej výhody a obchodného úspechu v súčasnom turbulentne sa meniacom prostredí. Súčasťou predmetu je filozofia spolupráce s firmami, ktoré prostredníctvom nimi určeného mentora spolupracujú na formulovaní zadania semestrálneho projektu pre študentov, ako aj pri jeho riešení a finálnom hodnotení. Predmet rozvíja a podporuje: • Znalosti potrebné k podpore budovania kultúry intrapodnikania v organizácii ako aj zručnosti a spôsoby efektívneho a úspešného intrapodnikateľa. • Zručnosti pre vykonanie auditu intrapodnikateľských aktivít v organizácii. • Pochopenie charakteristík úspešných organizácií z pohľadu konceptu intrapodnikania - of-the-box myslenia, inovačnej kultúry v organizácii a mikroprezentovania (pitching).	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. Definícia intrapreneurshipu. Charakteristika rozdielov medzi podnikaním a podnikaním v rámci organizácií. Závislé a nezávislé podnikanie. Význam a dôvody intrapreneurshipu v rámci organizácií. 2. Rozdiel medzi start-up podnikateľským procesom a intrapreneurship-om.	

3. Typológia intrapreneurshipu (interný a externý intrapreneurship; disperzný a fokusný intrapreneurship ...).
4. Individuálny pohľad na intrapreneurship – podnikateľské charakteristiky zamestnancov ako podnikateľov.
5. Agregovaný pohľad na intrapodnikanie na úrovni ekonomiky.
6. Proces intrapreneurshipu podľa viacerých autorov/prístupov.
7. Model intrapreneurship-u a jeho kľúčové komponenty.
8. Experiment merania a zavedenia intrapreneurshipu v rámci malých a stredných firiem.
9. Meranie úrovne intrapreneurshipu vo veľkých organizáciách.
10. Audit intrapreneurship-u vo veľkých organizáciách. Audit intrapodnikateľských aktivít v organizácii. Index intrapodnikateľskej aktivity.

Odporúčaná literatúra:

- [1] MORRIS, M. H. – KURATKO, D. F. – COVIN, J. G. 2008. Corporate Entrepreneurship and Innovation: Entrepreneurial Development within Organizations, 2nd Edition. Mason, OH: Thomson/South-Western, 2008.
- [2] Pilková a kol. Podnikanie na Slovensku: vysoká aktivita, nízke rozvojové aspirácie. Bratislava, 2012 (s.40 – 43)
- [3] Pilková a kol. Podnikanie na Slovensku: nadpriemerná podnikateľská aktivita v podpriemernom podnikateľskom prostredí. Bratislava, 2013 (s.57-61)
- [4] Pilková a kol. Podnikanie na Slovensku: Aktivita, prostredie a vybrané druhy podnikania. Bratislava, 2019 (39-46)
- [5] Share point/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:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Vzdelávacia činnosť sa uskutočňuje aj formou workshopov. Súčasťou predmetu je filozofia hosťujúceho mentora a prednášateľa z praxe, ktorý spolu s vyučujúcimi konzultuje so študentmi semestrálny projekt. Štúdium je podporené e-learningovou/share pointovou formou.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 80

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
68,75	0,0	21,25	6,25	1,25	1,25	0,0	1,25

Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Juraj Mikuš, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 21.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KKM/053M/00	Názov predmetu: Investičné analýzy
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., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Finančný manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Medzinárodný finančný manažment: parita kúpnej sily, parita nekrytej úrokovej miery, termínová parita, parita krytej úrokovej miery, výnos investície v zahraničí, efekt globálnej diverzifikácie, príklady globálnych investičných stratégií, korelácie finančných trhov. Akvizície a fúzie: niektoré dôvody fúzií a akvizícií, taktika a obrana pri fúziách a akvizíciách, formy kombinácií podnikov, štruktúra ponuky na prevzatie, úlohy investičných bánk pri fúziách a akvizíciách. Finančné riziká: typy finančných rizík, hodnota v riziku (VaR), meranie úrokových rizík pomocou VaR, mapovanie úrokových pozícií, VaR a diverzifikačné efekty, VaR investičných portfólií, vplyv projektov na VaR, peňažný tok v riziku (CaR). Finančné deriváty a zaistovanie rizík: základné typy finančných derivátov, štandardizácia finančných derivátov, long- a short-pozície, oceňovanie termínových kontraktov, zaistovanie otvorených pozícií, rizikové faktory, príklady zložitejších hedgingových techník, parita opcií, replikácie opčných pozícií, metódy oceňovania opcií, bezriziková arbitráž, dynamický delta-hedging, citlivostné veličiny, úrokový a menový swap. Durácia a imunizácia: výnosové krivky a úrokové štruktúry, Macaulayova durácia, efekt súčasnej hodnoty a reinvestičný efekt pri investovaní do dlhopisov, modifikovaná durácia, efektívna durácia a key-rate durácia, imunizácia otvorených dlhopisových pozícií.	
Odporúčaná literatúra: 1. Komorník J., Majerčáková D., Husovská M.: Finančný manažment, Kartprint 2011 2. Brigham, E. F., Ehrhardt, M. C.: Financial Management, 13th Edition, Thomson, South-Western, 2005 3. Z.S.Blaha, I.Jindřichovská: „Opce, swapy, futures – deriváty finančního trhu“, 2. vydanie, Management Press, Praha 1997, ISBN: 80-85943-29-8	

4. Prednáška „Investičné analýzy“ Odporúčaná: Brealey, R. A., Myers, S. C.: Principles of Corporate Finance, 7th Edition, McGraw Hill, 2003							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 763							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
22,41	0,0	24,38	21,49	15,47	15,6	0,52	0,13
Vyučujúci: prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., Mgr. Soňa Dávideková, MPH, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 17.02.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/008M/00	Názov predmetu: Komunikácia v manažmente
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: 20 % – prezentácia seminárnej práce, aktívna účasť pri nácviku komunikačných zručností, 80 % – záverečná 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: 20/80	
Výsledky vzdelávania: Predmet poskytuje ucelené základné poznatky z oblasti komunikácie v manažmente. Obsah predmetu sa zameriava na rozvíjanie manažérskych komunikačných schopností a zručností študentov. Študenti majú možnosť prostredníctvom aktívnej participácie získať praktické skúsenosti v danej oblasti.	
Stručná osnova predmetu: • Komunikácia v organizácii – typy, prostriedky. • Komunikačné zručnosti. • Rozhovor a jeho efektívne vedenie • Aktívne počúvanie. • Asertivita v komunikácii. • Empatia v komunikácii. • Emocionálna inteligencia. • Efektívne vedenie porady a vyjednávacieho procesu. • Interkultúrne špecifiká v komunikačnom procese. • Prezentačné schopnosti – teória + nácvik. • Interaktívne cvičenia.	
Odporúčaná literatúra: Sulíková, R.: Psychológia pre manažérov. Kartprint. Bratislava, 2012. Thill, J. V., Boveé, C. L.: Business Communication Essentials. Pearson. New Jersey, 2012. Novák, T., Capponi, V.: Asertívne do života. Grada, 2004. Khelerová, V.: Komunikační a obchodní dovednosti manažéra. Grada. Praha, 1999.	

Whetten, D. A., Cameron, K. S.: Developing management skills. Adison -Wesley Educational Publishers Inc. New York, 1998.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský a anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1339

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
57,06	0,0	23,38	9,41	5,6	2,99	1,27	0,3

Vyučujúci: doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD., doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 27.02.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/030M/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: 2., 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: 102							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
98,04	0,0	0,0	0,0	0,0	0,98	0,98	0,0
Vyučujúci: doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., Mgr. Július Selecký, 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: 60							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
83,33	0,0	3,33	3,33	8,33	0,0	1,67	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., Mgr. Július Selecký, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU ŠTÁTNEJ SKÚŠKY

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/S06SJ/16	Názov predmetu: Manažment - teória, metódy, aplikácie
Počet kreditov: 1	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 2..., 3., 4..	
Stupeň štúdia: II.	
Obsahová náplň štátnicového predmetu:	
Dátum poslednej zmeny:	
Schválil:	

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/312M/16	Názov predmetu: Manažment bezpečnosti
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: 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 manažmentu bezpečnosti s dôrazom na splikáciu smerníc EÚ v oblasti GDPR, ePrivacy a CyberSecurity. Výsledkom je spracovaný projekt pre organizáciu reflektujúci na podnikové procesy v danej organizácii. 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: 1. bezpečnosť - definície 2. Nariadenie EÚ GDPR 3. Smernica EÚ ePrivacy 4. Smernica EÚ CyberSecurity 5. Fyzická bezpečnosť 6. Personálna bezpečnosť 7. Bezpečnosť informačných systémov 8. Bezpečnosť osobných údajov 9. Energetická bezpečnosť	
Odporúčaná literatúra:	

Legislatívne predpisy EÚ							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 166							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
85,54	0,0	5,42	2,41	1,81	3,61	1,2	0,0
Vyučujúci: PhDr. Peter Veselý, PhD., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 09.02.2018							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3151							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
29,32	0,0	28,05	17,14	11,27	9,81	4,25	0,16
Vyučujúci: doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., Mgr. Július Selecký, PhD., Ing. Igor Šarlina, Mgr. Zuzana Takáčsová							
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

FINAL GRADES

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

COURSE FORMAT

The general format of each class will be:

review of assigned reading and discussion

lectures interspersed with group and class discussion of relevant case studies

class review of term projects

CASE STUDIES

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

TERM PROJECT

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

SYSTEM PHASE PROJECT DELIVERABLES % of GRADE

PROBLEM STUDY PROBLEM DEFINITION

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

FEASIBILITY STUDY FEASIBILITY REPORT

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

SYSTEMS ANALYSIS SYSTEM PROPOSAL

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

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

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

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

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

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

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

Výsledky vzdelávania:

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

Stručná osnova predmetu:

SCHEDULE

Lecture 1 MANAGING INFORMATION SYSTEMS

Lecture 2 SYSTEMS THEORY

Lecture 3 SYSTEM DEVELOPMENT LIFE CYCLE

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

Lecture 5 CLOUD COMPUTING

Lecture 6 DATABASES, DATA MINING, DATA and BUSINESS ANALYTICS

Lecture 7 NETWORKS & DATA COMMUNICATIONS

MID-TERM EXAM

Lecture 8 SERVICE ORIENTED ARCHITECTURE, E-SERVICE MANAGEMENT

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

Lecture 10 EXPERT SYSTEMS, ARTIFICIAL INTELLIGENCE & NEURAL NETWORKS

Lecture 11 INFORMATION SYSTEMS FOR THE ENTERPRISE, BUSINESS INTELLIGENCE

Lecture 12 SECURITY & ETHICAL CHALLENGES

FINAL EXAM

Odporúčaná literatúra:

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

TEXT USED

James A. O'Brien, Northern Arizona University, George M. Marakas, University of Kansas: Management Information Systems, 10/e, ISBN: 0073376817, Copyright year: 2011, http://highered.mcgraw-hill.com/sites/0073376817/information_center_view0/

Ken Laudon, Jane Laudon: Management Information Systems, 12th Edition, ISBN-10: 0-13-214285-6, ISBN-13: 978-0-13-214285-4, Published by Prentice Hall, © 2012, Pub. Date: Jan 4, 2011, <http://www.pearsonhighered.com/laudon/>

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

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

Other REFERENCES

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

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English language

Poznámky:

STATEMENT OF COURSE OBJECTIVES

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

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 100

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

Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Ing. Marián Mikolášik

Dátum poslednej zmeny: 12.04.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/011M/10	Názov predmetu: Manažment inovácií
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: Hodnotenie pozostáva z troch častí: (1) písomný test počas semestra 40%, (2) analýza vybraného príkladu inovácie 20%, (3) riešenie praktickej úlohy v rámci seminárov 40%. Celkové hodnotenie sa riadi platným hodnotiacim systémom FM UK: A = 91-100%; B = 81-90%; C = 73-80%; D = 66-72%; E = 65-60%; F = 0-59% bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študenti spoznajú manažment inovačného procesu a vytváranie mechanizmov na podporu inovácií v podniku. Ťažisko tvorí manažment inovácií produktov a procesov na strategickej aj operatívnej úrovni. Na seminároch študenti analyzujú prípady z podnikovej praxe a aplikujú vybrané metódy pri riešení úloh.	
Stručná osnova predmetu: 1. Pojem, význam a druhy inovácií 2. Inovačné stratégie 3. Metódy strategického manažmentu inovácií 4. Stratégia otvorených inovácií 5. Inovácie podnikateľských modelov 6. Proces a organizácia inovácií 7. Metódy v úvodnej fáze inovačného procesu 8. Metódy v realizačnej fáze inovačného procesu 9. Inovácie služieb 10. Cvičenie k metódam inovácií	
Odporúčaná literatúra: [1] Prezentácie a materiály k seminárom distribuované online počas semestra. [2] TIDD, J., BESSANT, J., PAVITT, K. Řízení inovací: zavádění technologických tržních a organizačních změn. Brno: Computer Press, 2007. [3] BOROVSKEÝ, J., GÁL, P. Inovácie a transfer technológií. Bratislava: Eurounion, 2005. [4] KOŠTURIÁK, J., CHAL, J. Inovace: vaše konkurenční výhoda! Brno: Computer Press, 2008. [5] PITRA, Z. Management inovačných aktivit. Praha: Professional, 2006. [6] HIPPEL, E. v. Democratizing innovation. Cambridge: MIT Press, 2005.	

- [7] BOUTELLIER, R., GASSMANN, O., ZEDTWITZ, M. v. Managing global innovation: uncovering the secrets of future competitiveness. 3rd ed. Berlin: Springer, 2008.
- [8] STERN, T., JABERG, H. Erfolgreiches Innovationsmanagement: Erfolgsfaktoren, Grundmuster, Fallbeispiele. 3. Aufl. Wiesbaden Gabler, 2007.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský

Poznámky:

V zimnom semestri 2020/2021 je predmet vyučovaný kombinovane, prezenčne a online s použitím softvéru MS Teams. Detaily účasti študentov v online triede (mikrofón, kamera, zdieľanie obrazovky) budú komunikované na prvej online hodine.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 138

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
60,14	0,0	27,54	10,14	0,72	0,0	0,72	0,72

Vyučujúci: Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 18.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/066M/17	Názov predmetu: Manažment kvality
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Ukončené bakalárske štúdium.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra je potrebné vypracovať projekt na rôzne témy podľa zadania vyučujúceho vzťahujúce sa k manažmentu kvality. Percentuálny podiel jednotlivých úloh je nasledujúci: účasť na seminároch - 40%; vypracovanie projektu - 60%; súčet: 100%. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa celkovo menej ako 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Predmet Manažment kvality je navrhnutý pre prvý ročník magisterského stupňa študijného programu Manažment a je zameraný na objasnenie základných princípov a požiadaviek na integrovaný systém riadenia, ako aj jednotlivé systémy riadenia kvality, a tiež na zabezpečovanie kvality produkcie a samotných produktov na procesnej úrovni vo výrobných i nevýrobných organizáciách. Predmet poskytuje základňu pre správne chápanie, rozhodovanie a použitie systémového prístupu riadenia podnikových procesov orientovaných na kvalitu výstupu, ako aj uplatnenie postupov a nástrojov zlepšovania kvality tak procesov, ako aj ich výstupov až po finálnu produkciu. Obsahom predmetu budú normy ISO a ich spoločný integrovaný systém riadenia vrátane auditu a certifikácie týchto systémov, ďalej TQM, Six sigma a Zero Quality Control koncepcie, EFQM model ceny za kvalitu, ako aj viaceré kvalitatívne a kvantitatívne nástroje zabezpečovania a zlepšovania kvality. Poznatky budú uplatnené na rôzne typy organizácií, čo sa týka odvetvia.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu manažment kvality. Popis pojmov kvalita a manažment kvality. Stručná história vývoja disciplíny manažment kvality 2. Integrovaný systém riadenia podľa príslušných noriem kvality 3. Audity a certifikácia systémov riadenia 4. TQM a cena za kvalitu podľa modelu EFQM 5. Základy six sigma koncepcie a organizačná štruktúra six sigma projektov	

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

Odporúčaná literatúra:

Povinná:

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

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

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

Odporúčaná:

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

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

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

Časopisy: Perspektivy jakosti, Kvalita a ISO Focus+

Užitočné web adresy:

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

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

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

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

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

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský a anglický jazyk.

Poznámky:

Predmet sa vyučuje len v zimnom semestri.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 102

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

Vyučujúci: doc. Ing. Milan Fekete, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 17.09.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.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: 264

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
50,76	0,0	35,23	7,2	3,03	2,65	0,76	0,38

Vyučujúci: prof. Ing. Božena Chovancová, PhD., Ing. Vladimír Valach, PhD., MBA

Dátum poslednej zmeny: 21.01.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/313M/16	Názov predmetu: Manažment počítačových sietí
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., 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade so študijným poriadkom FM UK. Hodnotenie je zamerané na hodnotenie schopností a pracovných návykov študentov, ktoré sú hodnotené metódou OCTO v AKVA fázach: Objektivita (Objective) 25% Komplexnosť (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 riadenia počítačových sietí s využitím programového vybavenia, ktoré má fakulta k dispozícii, získa hlbšie teoretické poznatky z oblasti systémov riadenia výpočtových sietí a jednotlivých prvkov sietí. 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. Porovnanie serverov Windows 2. Inštalácia servera Windows 3. Konfigurácia servera Windows 4. Inštalácia servera Ubuntu server a Free BSD 5. Konfigurácia servera Ubuntu server a Free BSD 6. Porovnanie serverov Windows a Linuxových a Unixových serverov 7. Nastavovanie severov v prostredí Webmin 8. Nastavovanie práv na serveri v prostredí active directories (Quota, IIS server, FTP server)	
Odporúčaná literatúra: Knihy: [1]. IBRIAN SVIDERGOL, VLADIMIR MELOSKI, BYRON WRIGHT, SANTOS MARTINEZ, DOUG BASSETT, 2017. Mastering Windows Server 2016. Sybex ISBN ISBN: 978-1-119-40497-2. [2]. KYLE RANKIN, BENJAMIN MAKO HILL, 2013. The Official Ubuntu Server. 3rd edition. B.m.: Pearson Education (US). ISBN ISBN13 9780133017533.	

Internet: [3]. http://www.microsoft.com – knowledge base Microsoftu [4]. http://www.ubuntu.com/server [5]. http://www.freebsd.org/ [6]. http://webmin.com/							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, anglický jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 330							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
90,3	0,0	4,85	1,21	0,3	0,61	2,73	0,0
Vyučujúci: Mgr. Vincent Karovič, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 09.02.2018							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/032M/00				Názov predmetu: Manažment projektov			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3076							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
40,31	0,0	27,24	17,56	8,78	5,33	0,72	0,07
Vyučujúci: doc. Ing. Ján Papula, PhD., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., 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/106_M/12				Názov predmetu: Manažment softvérových projektov			
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	M
93,33	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,67	0,0
Vyučujúci: doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/019M/12	Názov predmetu: Manažment v globálnom prostredí
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: 40 % – vypracovanie prípadovej štúdie, 20 % - prezentácia analýzy, 10 % - aktívna účasť, 30% - test. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 70/30	
Výsledky vzdelávania: Predmet podporuje schopnosť študentov analyzovať a pochopiť zmeny v podnikateľskom prostredí v dôsledku procesov globalizácie a sprostredkúva študentom príbehy manažérov, ktorí uspeli v globálnom podnikaní. Poznatky o špecifikách manažmentu v globálnom prostredí patria medzi kľúčové faktory formovania kompetentnosti absolventov fakulty. Vypracovanie prípadových štúdií rozvíja analytické zručnosti študentov a umožňuje poznať konkrétne príklady globálne úspešných firiem a pochopiť kľúčové faktory úspešnosti podnikania v globálnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: Globalizácia a globálne prostredie, dôsledky a riziká globalizácie. Vplyv medzinárodných svetových a regionálnych organizácií na vytváranie podnikateľského prostredia a prostredia manažmentu. Analýza zdrojov firmy pri vstupe do medzinárodného podnikania. Analýza prostredia pre globálne podnikanie. Formy vstupu na zahraničné trhy, zvažovanie výhod/nevýhod. Investičné a neinvestičné formy zahraničného podnikania. Strategické aspekty vstupu na zahraničné trhy. Súťažné pravidlá v globálnom podnikaní. Manažment ľudských zdrojov v globálnom prostredí. Kultúrne a behaviorálne aspekty globálneho manažmentu.	
Odporúčaná literatúra: BAJZÍKOVÁ, E., PIŠKANIN, A., LAŠÁKOVÁ, A. Manažment v globálnom prostredí, Ofprint, 2010, Bratislava. KUNOVÁ, V., NOVÁČKOVÁ, D., ZEMANOVIČOVÁ, D. Vnútorné politiky a činnosti EÚ. Plzeň: Aleš Čeněk, 2014.	

PENG, M., MEYER, K.: International Business, Cengage Learning EMEA, London, 2011.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 301							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
22,59	0,0	37,54	17,94	13,29	5,98	2,33	0,33
Vyučujúci: Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD., prof. Ing. Ľubica Bajzíkova, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 13.04.2016							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/023M/00	Názov predmetu: Manažérska štatistika
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: V priebehu semestra sa budú písať dve písomky – každá za maximálny bodový zisk 50 bodov, spolu 100 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: I. Analýza prierezných dát 1. týždeň Úvod do práce so softvérom R. Prezentácia dát (kvantitatívnych, kvalitatívnych) pomocou tabuliek a grafov 2. týždeň Práca s dátami – vytvorenie kategoriálnej premennej, práca s frekvenčnou tabuľkou, popisná štatistika 3. týždeň Pravdepodobnostné rozdelenie náhodnej premennej, testovanie normality 4. týždeň Bodové a intervalové odhady parametrov rozdelenia náhodnej premennej, intervaly spoľahlivosti pre priemer, testovanie štatistickej hypotézy o priemere 5. týždeň Testovanie štatistických hypotéz. Parametrické dvojvýberové testy (porovnanie 2 priemerov), ANOVA 6. týždeň Kovariancia, korelačný koeficient. Lineárna regresia. 7. týždeň Samostatná práca na hodine podľa zadania. II. Analýza časových dát 8. týždeň Regresné prístupy k analýze časových radov (lineárny trend) 9. týždeň Určovanie trendu pomocou matematických kriviek (parabola, Gomperzova krivka, exponenciálny trend). 10. týždeň Metóda kľzavých priemerov pri určovaní trendu. 11. týždeň Exponenciálne vyrovňovanie. 12. týždeň Sezónna zložka v časovom rade 13. týždeň Samostatná práca na hodine podľa zadania.	
Odporúčaná literatúra: 1. Anděl, J.: Statistické metody. MatfyzPress, Praha, 1998 2. T. Cipra : Analýza časových řad s aplikacemi v ekonomii. Praha, SNTL, 1986 3. T. Cipra : Finanční ekonometrie. Praha, Ekopress, 2008	

4. J.T.McClave, P.G.Benson: Statistics for business and economics
 5. Pacáková, V. a kol.: ŠTATISTIKA pre ekonómov. IURA EDITION, Bratislava 2003.
 6. Pacáková, V. a kol.: ŠTATISTIKA pre ekonómov. Zbierka príkladov A. IURA EDITION, Bratislava 2005.
 7. Eva Rublíková: Analýza časových radov. IURA EDITION, Bratislava 2007, resp. E. Rublíková: Prognostická štatistika (skriptá)
 8. Interaktívna učebnica (česká): <http://badame.vse.cz/iastat/>
 9. Interaktívna učebnica (anglická): <http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html>
- Link na stiahnutie softvéru: <https://cloud.r-project.org/>
 Vhodné web stránky, tutoriály:
<http://www.stat.tutorials.com/>
<https://www.statmethods.net/r-tutorial/index.html>
<http://www.r-tutor.com/r-introduction>
<https://r4ds.had.co.nz/>

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

Poznámky:
 Predmet bude vyučovaný on-line prostredníctvom MS Teams z dôvodu epidemiologických opatrení COVID 19. Kód predmetu v MS Teams je f25edhw. Študenti zadajú tento kód pre sprístupnenie on-line materiálov predmetu.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 455

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
46,81	0,0	18,46	13,41	7,47	6,37	7,25	0,22

Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Peter Pšenák

Dátum poslednej zmeny: 17.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/009M/00	Názov predmetu: Manažérske rozhodovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Ukončené bakalárske štúdium.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Celkové hodnotenie je v súlade s fakultným systémom hodnotenia: A = 91-100%; B = 81-90%; C = 73-80%; D = 66-72%; E = 65-60%; F = 0-59%. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Priebežne: 40% / Skúška: 60%. Skúška pozostáva z písomnej preverky v priebehu semestra (mid-term) 30% a záverečnej skúšky v skúškovom období 30%.	
Výsledky vzdelávania: Rozhodovanie je jednou z hlavných zodpovedností a funkcií manažérov a manažéri sú hodnotení a odmeňovaní na základe úspešnosti ich rozhodnutí. Cieľom predmetu je zdokonaľiť rozhodovacie zručnosti študentov a prispieť k ich schopnosti efektívne a tvorivo riešiť problémy tak individuálne, ako aj v rámci tímov. Absolventi predmetu sa naučia vnímať rozhodovanie ako systematický proces v kontexte riešenia problémov. Budú schopní používať racionálne metódy rozhodovania za podmienok istoty, neistoty a rizika, ako aj riešiť sekvenciu nadväzujúcich rozhodnutí. Budú vnímať psychologickú perspektívu rozhodovania. Oboznámia sa s technikami skupinového a tímového rozhodovania. Získané teoretické poznatky si prakticky precvičia prostredníctvom viacerých simulácií a prípadových štúdií.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. Rozhodovanie v manažmente. Podstata manažérskeho rozhodovania. Proces manažérskeho rozhodovania. 2. Racionálne prístupy v manažérskom rozhodovaní. Metódy a prístupy k rozhodovaniu za podmienok istoty, neistoty a rizika. Sekvencia rozhodnutí a rozhodovacie stromy. 3. Psychologické aspekty manažérskeho rozhodovania. Dva systémy v nás. Heuristiky ukotvenia, dostupnosti a reprezentatívnosti. Prospektová teória. Neracionálne typy volieb. Limity ľudskej mysle. 4. Skupinové rozhodovanie. Definovanie úlohy, plánovanie práce a personálne obsadenie skupiny. Vedenie stretnutia skupiny. Kreatívne metódy a techniky skupinového rozhodovania.	
Odporúčaná literatúra:	

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský / anglický

Poznámky:

Predmet sa poskytuje len v letnom semestri.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 3180

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
22,17	0,0	28,65	22,99	13,27	9,65	3,18	0,09

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

Dátum poslednej zmeny: 03.03.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/254M/16	Názov predmetu: Manažérske účtovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Základy účtovníctva, Nákladové účtovníctvo	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Absolvovať počas výučby dve kontrolné písomky (s úspešnosťou minimálne 50% - výsledok tvorí bonifikačné body ku skúške) a na záver absolvovať finálny test. Prezentať poznatky rámcovo zahrnuté v stručnej osnove predmetu. Hodnotenie predmetu je v súlade so študijným poriadkom FM UK. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je problematika zameraná najmä na využívanie účtovných informácií pre uplatňovanie výhodnejších variantov objemu výroby a predaja výkonov prostredníctvom kalkulácií nákladov, sledovania návratnosti nákladov, rozhodovania o nákladoch príležitosti, tvorby cien a cenového rozhodovania a variantných rozpočtov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Vymedzenie manažérskeho účtovníctva 2. Kategorizácia nákladov, správanie sa nákladov. Relevantné a nerelevantné náklady z pohľadu manažérskeho rozhodovania. 3. CVP analýza, Bod zvratu, Pásmo bezpečnosti, prevádzková páka, finančná páka. 4. Model variabilných a úplných nákladov 5. Kalkulácia nákladov - normová metóda / metódy štandardných nákladov. Zavedenie normovej metódy, stanovenie noriem /štandardov/, základnej kalkulácie, zisťovanie príčin zmien noriem, odchýlok od noriem a zisťovanie výsl. kalkulácie. Zobrazenie informácií normovej metódy v účtovníctve 6. Kalkulácia nákladov - tradičná a ABC kalkulácia. 7. Odchýlky v reálnych a plánovaných nákladoch, ich zobrazenie vo vnútropodnikovom účtovníctve, analýza ich vzniku 8. Rozpočet, zostavenie hlavného finančného rozpočtu vo výrobnom podniku. Druhy rozpočtov. Základné ciele systému plánov a rozpočtov na úrovni podniku ako celku, rozpočty výsledkové, súvahové a peňažných tokov. Dlhodobý rozpočet fin. zdrojov, vykonávací rozpočet a operatívne rozpočty. Uplatnenie pružného rozpočtu pri rôznej kapacite 9. Zodpovednostné účtovníctvo. Výnosy zodpovednostných stredísk. Typy, obsah a funkcie vnútropodnikových cien. Vnútropodnikový výsledok hospodárenia 10. Ceny. Vybrané problémy tvorby cien. Tvorba cien na báze zohľadňovania nákladov, na báze dopytu a na báze konkurencie. Vyčísľovanie cenovej	

prirážky 11. Druhy a charakteristika niektorých druhov cien, ich uplatnenie. Transfer pricing, cenové rozhodovanie a cenové monitorovanie 12. Balanced Score Card							
Odporúčaná literatúra: 1) Tumpach: Manažérske a nákladové účtovníctvo, 2008 2) Bohuslav Kral: Manažérske účtovníctvo 3) prof. Milan Kupkovič: Kalkulácie 4) Olga Poništiaková: Náklady a kalkulácie, 2010 Pomocná literatúra: Colin Drury: Management Accounting for Business 5th edition Jerry J. Weygandt, Paul D. Kimmel, Donald E. Kieso- Financial and Managerial Accounting, WileyPLUS, 2nd, Edition, 2015							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1230							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
25,69	0,0	20,57	19,84	12,36	14,55	6,75	0,24
Vyučujúci: prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., Mgr. Lenka Papíková, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 21.02.2018							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

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

Stručná osnova predmetu:

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

Odporúčaná literatúra:

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

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

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

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

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

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 3634

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

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

Dátum poslednej zmeny: 20.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 465							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
60,0	0,0	24,3	8,82	1,29	1,29	4,3	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/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 analytické modely sú vypracovávané priebežne na jednotlivých seminároch, konkrétne postupy sú vždy vysvetlené a demonštrované na seminári. Ústna skúška je komplexne hodnotená vzhľadom na kvalitu spracovania modelu a vyriešenia zadanej úlohy. Každý študent dostane úlohu použiť vybraný model, ktorý bol preberaný počas semestra. Hodnotenie bude udelené na základe kvality modelu a vysvetlenia jeho využitia na marketingové účely. Jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe získaného celkového počtu percent/bodov, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Pomer priebežného a záverečného hodnotenia je 30 : 70. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 30:70	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu budú študenti schopní pracovať s programom SAS Enterprise Miner a budú vedieť vykonať a interpretovať základné analýzy ako Cross sell, Up sell, Asociačná analýza a Segmentácia.	
Stručná osnova predmetu: Základná charakteristika marketingovej analytiky Marketingový výskum a jeho súčasti. Úloha a postavenie marketingovej analytiky v organizácii. Životný cyklus zákazníka. Štatistický softvér Enterprise Miner Úvod do práce so softvérom SAS Enterprise Miner. Základné pojmy. Prezeranie dát, hľadanie chýb a chýbajúcich záznamov v dátach, nahrádzanie dát (impute a replaement), čistenie dát,	

štandardizácia dát.

Druhy analýz využívaných v marketingovej analytike

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

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

Segmentácia zákazníkov

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

Profilácia zákazníckych segmentov

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

Cross Sell a Up Sell

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

Asociačná analýza

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

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

Sekvenčná analýza

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

Sklon ku kúpe

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

Customer Retention

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

Modelovanie sklonu k odchodu, odhaľovanie podvodov

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

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

Celoživotná hodnota zákazníka (CLV)

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

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

Využitie CLV v marketingu

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

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

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

Záverečné cvičenie

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

Odporúčaná literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 205

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
91,22	0,0	6,34	0,98	0,0	0,49	0,49	0,49

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/027AM/16	Názov predmetu: Marketingová analytika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: cvičenie 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: 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.	
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 –preskúmanie dát bez predchádzajúcich znalostí.
- Deskriptívne úlohy – popisanie dátovej množiny, metódy zhľukovania podobných javov, dát.
- Prediktívne úlohy – majú za cieľ na základe dátovej množiny a jej správania, určiť resp. predpokladať budúce správanie.
- Hľadanie vzorov a pravidiel – hľadajú sa vzory a vzťahy medzi dátami v množine.

Segmentácia zákazníkov

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

Profilácia zákazníckych segmentov

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

Cross Sell a Up Sell

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

Asociačná analýza

Využitie asociačnej analýzy (analýzy nákupného košíka) na identifikáciu Next Best Offer. Modelovanie opakujúcich sa vzorov zloženia nákupných košov zákazníkov, ktoré sa používajú pre predikciu ich následného správania.

Sekvenčná analýza

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

Sklon ku kúpe

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

Customer Retention

Definícia pojmov. Odchodovosť zákazníkov a profitabilita organizácie. Základné retenčné stratégie organizácie. Segmentácia odchádzajúcich zákazníkov. Analýza faktorov odchodovosti zákazníka. Modelovanie sklonu k odchodu, odhaľovanie podvodov

Ktorí zákazníci odídu na budúci mesiac. Využitie výsledkov modelovania pri riadení kampaní. Spracovanie podvodov. Detekcia a prevencia podvodov v rôznych oblastiach podnikania (poistné podvody, krátenie daní, podvody zo strany zamestnancov) s priamym dopadom na ich škodovosť.

Celoživotná hodnota zákazníka (CLV)

Definícia pojmov. Základné prístupy k výpočtu celoživotnej hodnoty zákazníka: a) Krycí príspevok (tržby mínus variabilné náklady). b) Marketingové a iné náklady nezahrnuté v krycom príspevku. c) Pravdepodobnosť nákupu v danom časovom období. Každý z týchto ukazovateľov je potrebné samostatne namodelovať na základe historických trendov a prediktívnych indikátorov.

Využitie CLV v marketingu

CLV vyjadruje jeho skutočnú finančnú hodnotu, umožňuje zoradenie a segmentáciu zákazníkov podľa ich finančného potenciálu a následnú prioritizáciu zdrojov. Získané údaje pomôžu pri rozhodovaní o praktických otázkach, ako:

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

Záverečné cvičenie

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

Odporúčaná literatúra:

[1] PARR RUD, O. 2013. Data mining. Praha: Computer Press, 2013. 370 s. ISBN 8072265776

[2] KEE HO, W. - LUAN, X. 2003. Data mining. North Carolina: University of North Carolina at Chapel Hill [online]. Dostupné z:

<http://www.unc.edu/~xluan/258/datamining.html#history>

[3] GHANI, R. 2010. Data mining for business applications. Amsterdam: IOS Press, 2010. [online]. Dostupné z: <http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10440450>

[4] SAS. 2017. Enterprise Miner Tutorial. 2017. [online]. Dostupné z: http://video.sas.com/#category/videos/sas-enterprise-miner_

[5] SAS. 2017. Analytics in action. 2017. [online]. Dostupné z: <http://video.sas.com/#category/videos/analytics-in-action>

[6] SAS. 2017. Customer intelligence. 2017. [online]. Dostupné z: http://video.sas.com/detail/videos/trending/video/4059012552001/sas®-enterprise-miner™---pattern-recognition-demo?autoStart=true#category/videos/customer-intelligence_

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 72

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

Vyučujúci: Mgr. Lucia Vilčeková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 27.01.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/039M/16	Názov predmetu: Marketingové aplikácie
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): Marketing	
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: 1. Continuous work on seminars - active engagement of the student, the student has to prepare 5 case studies on the actual course of the subject about 70%2. Continuous test during the semester, number of test questions - 3 - approx. 30%	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je naučiť študentov aplikovanie marketingu v rôznych odvetviach národného hospodárstva a formách podnikania s dôrazom na špecifiká marketingu. Študenti si rozšíria svoje už nadobudnuté teoretické marketingové vedomosti o odborné praktická využitia marketingu vo vybraných odvetviach s dôrazom na najmarkantnejšie odvetvia národného hospodárstva obsiahnuté v sylabe. Výuka taktiež obsahuje aj prednášky na aplikáciu marketingu v cestovnom ruchu a na neho nadväzujúcom kúpeľníctve alebo historický pohľad do využitia marketingu v podnikateľskom procese v rodinných podnikoch ako aj v súčasnosti.	
Stručná osnova predmetu: 1. Marketing v cestovnom ruchu 2. Marketing v kúpeľníctve 3. Marketing v hoteliérstve 4. Marketing v malom a strednom podnikaní 5. Marketing v rodinnom podnikaní	
Odporúčaná literatúra: [1] BOROVSÝ, J. – SMOLKOVÁ, E. – NIŇAJOVÁ, I. 2008. Cestovný ruch trendy a perspektívy. Bratislava: Iura Edition, 2008. 257 p. ISBN 978-80-8078-215-3 [2] JAKUBÍKOVÁ, D. 2009. Marketing v cestovnom ruchu. Praha : Grada Publishing, 2009. 325 p. ISBN 978-80-89090-25-4	

- [3] KIRÁĽOVÁ, A. 2006. Marketing hotelových služieb, . 2. vyd. Praha : Ekopres, 2006. 321 p. ISBN 80-86929-05-1
- [4] STRÁŽOVSKÁ, H. – STRÁŽOVSKÁ, Ľ. a kol. 2009. Podnikanie. - [1. vyd.]. - Bratislava: Merkury, 2009. 309 p. ISBN 978-80-89143-79-5
- [5] STRÁŽOVSKÁ, H. – STRÁŽOVSKÁ, Ľ. – BAŽÓ, L. 2013. Podnikanie malých a stredných podnikov. Bratislava: Sprint, 2013. 320 p. ISBN 9 788089 393886
- [6] STRÁŽOVSKÁ, Ľ. Podnikanie formou rodinných podnikov. In: Malé a stredné podnikanie / zmeny obsahu ekonomických nástrojov/. - Bratislava: Sprint 2, 2016. – p. 143-160. ISBN 978-80-89710-21-8
- [7] STRÁŽOVSKÁ, H. a kol. Náuka o obchodnom podnikaní. Bratislava: Sprint, 2014. 334 p. ISBN 978-80-89393-98-5
- [8] Les Henokiens - medzinárodná organizácia viac ako storočných podnikov, www.leshenokiens.com, prípadové štúdie
- [9] Trend, Journal of International Marketing, Marketing Science and Inspirations.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 228

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
58,77	0,0	20,18	7,02	4,82	4,82	4,39	0,0

Vyučujúci: 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.KMk/028M/00	Názov predmetu: Marketingový výskum
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., 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % výskumný projekt. Hodnotenie bude založené na posúdení úrovne a kvality výskumného projektu. 60 % záverečný test. Záverečný test bude kombináciou otvorených a uzatvorených otázok z prednášok a seminárov. Písomný test prostredníctvom aplikácie MS Forms. Výskumný projekt sa spracováva priebežne počas výučbovej časti semestra. Študenti vypracovávajú výskumný projekt v tíme. Výskumný projekt sa odovzdáva bez možnosti dodatočných úprav a dodatočnej výmeny. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu budú študenti schopní analyzovať a interpretovať dáta, ktoré sa používajú v marketingovej praxi. Získajú schopnosti a zručnosti potrebné na prácu v riadiacich pozíciách pomocou informácií v kontexte marketingového manažmentu. Študenti budú zvládať riešenie zložitých problémov súvisiacich s výskumom a budú schopní analyzovať trh a zákazníkov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úloha marketingového výskumu v riadení marketingových aktivít – úvod do problematiky. 2. Proces realizácie marketingového výskumu. 3. Typológia marketingového výskumu. 4. Dopytovanie ako metóda marketingového výskumu. 5. Pozorovanie ako metóda marketingového výskumu. 6. Experimentálny dizajn v marketingovom výskume. 7. Výberové zisťovanie. 8. Panelový a omnibusový výskum. 9. Analýza dát – deskriptívna analýza: jednorozmerná, dvojrozmerná a viacrozmerná deskriptívna analýza. 10. Testovanie hypotéz. 11. Analýza dát – pokročilejšia analýza: regresná analýza, korelačný koeficient, faktorová analýza. 12. Analýza dát – pokročilejšia analýza: structural equation modeling, zhuková analýza a conjoint analýza. 13. Tendencie vo vývoji marketingového výskumu.	

Odporúčaná literatúra:

- BRADLEY, N., 2013. Marketing Research tools and Techniques. Oxford: Oxford University Press, 2013. ISBN 978-0-19-965509-0.
- HAGUE, P. N., HAGUE, N., 2004. Market Research in Practice: A Guide to the Basics. Pages: 257, Publisher: Kogan Page Ltd, 2004. E-source: <<http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10084442>>
- CHURCHILL, A. G. – IACOBUCCI, D., 2010. Marketing Research. Methodological Foundations. South-Western, Cengage Learning, 2010. ISBN 0-538-74377-8.
- KOZEL, R., 2006. Moderní marketingový výzkum. Praha: Grada Publishing, 2006. [online]. Available from: <http://books.google.sk/books?id=1EfM8GQIOBcC&dq=marketingov%C3%BD+v%C3%BDzkum&source=gbs_navlinks_s>
- KUMAR, V., 2015. Marketing research. A global Outlook. New Dehli: Sage Publications, 2015. ISBN 978-93-515-0248-7.
- RICHTEROVÁ, K. a kol. 2007. Marketingový výskum. Bratislava: Ekonóm, 2007. ISBN 80-225-2362-2
- TAHAL, R. a kol. 2017. Marketingový výzkum. Postupy, metody, trendy. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 80-271-0206-8
- VOKOUNOVÁ, D. a kol. 2004. Praktikum z prieskumu trhu. Bratislava: Ekonóm, 2004. ISBN 80-225-1753
- časopisy Trend, Journal of International Marketing, Marketing Science and Inspirations

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 1042

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
38,0	0,0	19,96	16,6	13,24	7,01	5,09	0,1

Vyučujúci: Mgr. František Olšavský, PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 03.05.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/077M/10	Názov predmetu: Medzinárodné financie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2., 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aby študent úspešne absolvoval predmet je potrebná aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach k predmetu, účasť na priebežnom teste, absolvovanie prezentácie na vybranú tému a účasť na záverečnej skúške. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Hodnotenie predmetu sa uskutočňuje nasledovne: Hodnotenie seminára tvorí 30% predmetu a skladá sa z hodnotenia prezentácie na vybranú tému zo sylabu (10%), samostatnej práce na hodinách a aktívnom riešení prípadových štúdií (10%) a priebežného testu v polovici semestra (10%). Výsledok záverečnej písomnej skúšky je hodnotený 70 % bodov, pričom skúška sa skladá z teoretickej časti hodnotenej 40% a riešením prípadovej štúdie a jej praktickej aplikácie za 30%.	
Výsledky vzdelávania: Absolventi predmetu Medzinárodné financie získajú prehľad o praktických otázkach súvisiacich s medzinárodným podnikateľským prostredím, finančnými inštitúciami, trhmi a možnostiach investovania. Pomocou riešenia prípadových štúdií z problematiky medzinárodných organizácií, uplatnenia menových kurzov, pôsobenia burzy a podobne sa zároveň naučia využívať poznatky z predmetov bakalárskeho stupňa štúdia v praxi. Budú schopní abstraktne a analyticky rozmýšľať o problematike medzinárodného podnikania, medzinárodného financovania, manažmentu a tém s tým súvisiacich.	
Stručná osnova predmetu: Stručný sylabus: * Medzinárodné finančné prostredie. • Medzinárodné firmy, ich vznik, vývoj a strategické ciele. • Medzinárodný menový systém, jeho historický vývoj, súčasný stav a perspektívy. • Vplyv platobnej bilancie a menové kurzy. • Podmienky parity výmenných kurzov. • Medzinárodné menové trhy. Spotový, forwardový, opčný a swapový trh. • Meranie a manažment menového rizika. Transakčné, prevádzkové a účtovné riziko. • Úrokové riziko a úrokové swapy. • Globálne náklady kapitálu a kapitálová štruktúra. • Získavanie dlhového a akciového kapitálu na medzinárodných trhoch.	

- Priame a portfóliové medzinárodné investície.
- Transfer fondov v rámci medzinárodných spoločností.
- Manažment činného kapitálu.
- Financovanie exportu a importu.
- Hodnotenie výkonnosti súčasti medzinárodnej firmy.
- Európska menová integrácia.
- Akčný plán pre finančné trhy EÚ.
- Regulačný rámec pre finančné inštitúcie EÚ.

Odporúčaná literatúra:

Literatúra:

Eiteman, D., K., Stonehill, A., I., Moffett, M., H.: Multinational Business Finance. Addison Wesley, 2001

Komorník, J. a kol. : Medzinárodné a európske financie. FM UK Bratislava, 1998

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 466

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
52,36	0,0	27,04	10,73	4,51	3,22	1,72	0,43

Vyučujúci: Mgr. Lucia Paškrtová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 30.01.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/022M/00	Názov predmetu: Medzinárodný manažment ľudských zdrojov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (50 percent), skúška v skúškovom období (50 percent). • 30 percent – tímová prezentácia. • 20 percent – aktívna účasť na riešení úloh na seminároch. • 50 percent – písomná skúška. Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s využívaním manažmentu ľudských zdrojov v medzinárodných/nadnárodných organizáciách, ktoré pôsobia v medzinárodnom prostredí s dôrazom na pochopenie regionálnych/globálnych špecifik pri zamestnávaní domácej a zahraničnej pracovnej sily. Výsledkom vzdelávania je poukázať akými personálnymi činnosťami/funkciami sa využívajú ľudské zdroje, ktoré sú hlavným faktorom úspechu alebo neúspechu organizácií v medzinárodnom prostredí a pochopiť rozdiely v ich využívaní vo vybraných štátoch (EÚ, Ázia, UK). Študenti získajú schopnosti analyzovať, porovnávať a orientovať sa v európskom/medzinárodnom prostredí s cieľom uľahčiť ich adaptáciu na nové pracovné prostredie.	
Stručná osnova predmetu: 1. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov – úvod do kurzu 2. Úvod do európskeho MLZ. 3. Funkcie medzinárodného MLZ (nábor, výber, vzdelávanie, rozvoj a kariéra, motivácia a odmeňovanie medzinárodného pracovníka). 4. Priemyselné vzťahy v Európe. 5. Participácia zamestnancov a zamestnanecké rady. Formy flexibilnej organizácie práce. 6. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Veľkej Británii. 7. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Nemecku.	

8. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Francúzsku.
9. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Taliansku.
10. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Strednej Európe (Česká Republika, Slovensko, Slovinsko, Maďarsko, Poľsko) a ich porovnanie.
11. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Ázii (Južná Kórea, Japonsko, Čína, Singapur) a ich porovnanie.
12. Prezentácie študentov.

Odporúčaná literatúra:

Odporúčaná literatúra:

- [1] BAJZÍKOVÁ, Ľ. – BÚCIOVÁ, Z. 2012. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2012.
- [2] DOWLING, P.J. – FESTING, M. – ENGLE, A. D. 2017. International Human Resource Management. CENGAGE Learning 2017.
- [3] HOLLINSHEAD, G. 2009. International and Comparative Human Resource Management. McGraw-Hill Europe, 2009.
- [4] ILLES, P. – ZHANG, C. 2013. International Human Resource Management: A Cross-Cultural and Comparative Approach. London : CIPD, 2013. ISBN 978-1-84398-300-2
- [5] SCHOLZ, CH. – BÖHM, H. 2008. Human Resource Management in Europe (Comparative Analysis and Contextual Understanding). Routledge, 2008.
- [6] Journal of Human Resource Management.
- [7] Webové sídlo Akademickej knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.
- [8] Ďalšie zdroje budú priebežne doplňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský a anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 445

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
43,15	0,0	25,62	15,73	8,99	3,15	2,7	0,67

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

Dátum poslednej zmeny: 27.08.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KMn/025M/18				Názov predmetu: Medzinárodný manažment ľudských zdrojov			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 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	M
0,0	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/030M/00	Názov predmetu: Medzinárodný marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Marketing	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % priebežné hodnotenie - aktívna účasť na seminároch a vypracovávanie prípadových štúdií (v prípade neospravedlnenej neúčasti alebo nepripravenosti na seminár strata 10%), - semestrálny projekt – aplikácia získaných teoretických znalostí na vybranú organizáciu – 20%, - semestrálna práca na vopred zvolenú a schválenú tému – 20%, 60 % záverečné hodnotenie - skúška – písomná, online test s využitím vybranej aplikácie (MS Forms) Elektronická komunikácia a spôsob distribúcie študijných materiálov prebieha cez aplikáciu MS Teams. Semestrálny projekt sa spracováva priebežne na jednotlivých seminároch, konkrétne zadanie je vždy dané týždeň vopred na seminári. Študenti môžu semestrálny projekt spracovať v skupinách alebo samostatne. Semestrálny projekt sa odovzdáva bez možnosti dodatočných úprav a dodatočnej výmeny. Semestrálna práca je komplexne hodnotená vzhľadom na jej kvalitu. Semestrálnu prácu je potrebné vypracovať a odovzdať najneskôr jeden týždeň pred prvým termínom skúšky. Semestrálna práca sa odovzdáva bez možnosti dodatočných úprav a dodatočnej výmeny. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Študenti po absolvovaní predmetu Medzinárodný marketing získajú možnosť hlbšieho poznania problematiky pôsobenia a činnosti podnikateľských subjektov v prostredí medzinárodného a svetového trhu, ako aj orientácie v prostredí medzinárodných trhov, určovania vhodných stratégií pre vstup na dané trhy, ako aj aplikácie prvkov marketingového mixu v medzinárodnom kontexte. Predmet umožňuje odhadovať a analyzovať medzinárodné prostredie, určiť vhodnú stratégiu pre vstup na medzinárodný trh a porozumieť aplikácii prvkov marketingového mixu v kontexte medzinárodného prostredia.	
Stručná osnova predmetu: 1. Medzinárodný marketing – úvod do problematiky.	

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

Odporúčaná literatúra:

- [1] ŠTARCHOŇ, P. Medzinárodný marketing. Vybrané časti. Pracovný materiál.
- [2] CZINKOTA, M. R. – RONKAINEN, I. A. – ZVOBGO, G. 2011. International Marketing. Hampshire: South-Western Cengage Learning, 2011. ISBN 9781408009239
- [3] CATEORA, P. R. – GRAHAM, J. L. 2007. International Marketing. McGraw-Hill: Irwin Professional, 2007. ISBN 978-0071105941
- [4] USUNIER, J. C. – LEE, J. A. 2005. Marketing Across Cultures. Harlow: Pearson Education Limited, 2005. ISBN 9780273685296
- [5] HOLLENSEN, S. 2007. Global Marketing: A Decision-Orientated Approach. Harlow: Financial Times Press, 2007. ISBN 9780273706786
- [6] MACHKOVÁ, H. 2015. Mezinárodní marketing. (Strategické trendy a příklady z praxe – 4. vydání). Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5366-9
- [7] SVĚTLÍK, J. 2003. Marketing pro evropský trh. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 8024704226
- [8] Časopisy Trend, Journal of International Marketing, Marketing Science and Inspirations. Vzhľadom na nové a dostupné zdroje bude dopĺňujúca literatúra priebežne aktualizovaná.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1138

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

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

Dátum poslednej zmeny: 20.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/086M/00	Názov predmetu: Modelovanie ekonomických procesov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Predmet je vyučovaný nasledovne: Prednášky budú prístupné online prostredníctvom MS Teams. Pri prihlasovaní sa do MS Teams je nutné použiť univerzitnú e-mailovú adresu v tvare priezviskočíslo@uniba.sk, použiť heslo do AIS2 a pripojiť sa k tímu FMUK_Modelovanie_ekonomických_procesov_denní pomocou kódu: arx477n Študijné materiály budú zverejňované cez https://moodle.uniba.sk/ predmet FMUK_Modelovanie_ekonomických_procesov_denní. Je nutné zaevidovať sa do systému Moodle. V systéme Moodle budú zverejnené študijné materiály, budú tu prebiehať testy počas semestra a počas skúšobného obdobia. Študenti majú podľa rozvrhu online konzultácie s prednášajúcim. Študenti prihlásení na predmet dostanú do kalendára pozvánky na pravidelné pripojenie sa k online konzultáciám. Cvičenia sú povinné, budú prebiehať online cez podkanály jednotlivých cvičiacich v MS Teams. Jednotliví študenti sú pevne zaradení do skupín. Nie je možné vymieňať sa v skupinách. Repetenti sa pridávajú do skupiny, po konzultácii s cvičiacim. Hodnotenie predmetu počas semestra: 8 písomiek, každá po 5 bodov, spolu 40 bodov. Hodnotenie počas skúšobného: záverečný test za 60 bodov. Testy nie je možné robiť v náhradnom termíne počas semestra, náhradný test, len ak študent vydokladuje svoju neprítomnosť potvrdením od lekára. Dlhodobá práceneschopnosť sa bude riešiť individuálne, treba oznámiť túto skutočnosť prednášajúcemu a cvičiacemu čo najskôr e-mailom. IŠP treba nahlásiť prednášajúcim a cvičiacemu najneskôr do konca februára 2021. Skúška: študent môže absolvovať 1 riadny a jeden opravný termín ak na riadnom termíne nedosiahne potrebný počet bodov na absolvovanie predmetu. Termíny budú celoročníkové a budú zverejnené v dostatočnom predstihu v AIS2. Študent môže ísť na skúšku ak získa minimálne 60% bodov (tj. 24 bodov) z priebežného hodnotenia. Skúšku spraví, ak získa minimálne 60 bodov za priebežné hodnotenie a hodnotenie zo skúšky. Body, ktoré študent získa v priebehu semestra a na skúške sa započítavajú do výslednej známky z predmetu. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania:	

Stručná osnova predmetu:

- 1 Úvod, trh s akciami, a opciami, základné poznatky. Opcia. Európska call opcia, európska put opcia a jej vzťah k cene akcie. Portfólio.
2. Vývoj cien akcií na finančnom trhu. Arbitráž.
3. Odvodenie stochastickej diferenciálnej rovnice. Definícia difúzneho procesu, drift, disperzný koeficient.
4. Itôovho proces, Itôova lema a jej dôsledky pre diferenciál ceny akcie a opcie.
5. Odvodenie Black Scholesovej formuly.
6. Opčné stratégie. Greeks.
7. Úvod do analýzy časových radov, Dekompozícia časového radu, deterministická a reziduálna zložka.
8. Box – Jenkisova metodológia. Postup, výhody a nevýhody.
9. Identifikácia modelu v Box – Jenkinsonovej metodológii, korelačná analýza a jej význam v BJ metodológii, informačné kritéria a ich význam v BJ metodológii.
10. Stacionárne modely časových radov. AR, MA a ARMA procesy. Stacionarita a invertibilita ARMA procesov.
11. Metódy odhadu parametrov modelov. Overovanie správnosti modelov.
12. Predpovede v časových radoch. Najlepší lineárny prediktor. Metóda maximálnej vierohodnosti, predpovedné schémy. Výber a vyhodnotenie najlepšej predpovede.

Odporúčaná literatúra:

Literatúra:

- Komorníková, Komorník, Mikula: Modelovanie ekonomických a finančných procesov skriptum FM UK Bratislava 1997
- Cipra: Analyza časových řad s aplikacemi v ekonomii, SNTL/Alfa
- Wilmott, Dewynne, Howison: Option Pricing: Math. Models and Computation

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 2751

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
23,08	0,0	25,66	20,79	14,58	13,01	2,69	0,18

Vyučujúci: doc. RNDr. Jana Kalická, PhD., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., Mgr. Peter Pšenák, RNDr. Ing. Matúš Tibenský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.02.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

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

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

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

www.medialne.sk

www.hnonline.sk – príloha: Digitálny svet

www.mobilmania.sk

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 301

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

Vyučujúci: Mgr. Jozef Metke, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

Téma č. 9 Mobilní marketing a m-komerce

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

Téma č. 10 Postmoderní marketing

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

Téma č. 11 Ostatní formy marketingu

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

Odporúčaná literatúra:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Časopis Marketing Inspirations – příspěvky s tématy moderní trendy v marketingu

Internetové zdroje

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SJ

Poznámky:

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU ŠTÁTNEJ SKÚŠKY

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM/O5SJ/15	Názov predmetu: Obhajoba diplomovej práce
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 2..., 3., 4..	
Stupeň štúdia: II.	
Obsahová náplň štátnicového predmetu:	
Dátum poslednej zmeny:	
Schválil:	

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/229M/16	Názov predmetu: Oceňovanie podnikov
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: V priebehu semestra bude študentmi realizovaný projekt ohodnotenia vybranej firmy, ktorý bude slúžiť pre celkové hodnotenie. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 bodov, na získanie hodnotenia B minimálne 81 bodov, na hodnotenie C minimálne 76 bodov, na hodnotenie D minimálne 66 bodov a na hodnotenie E minimálne 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: 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 spôsob zostaviť zjednodušený model ocenenia firmy obchodovanej na burze? Na seminároch budú využívané praktické príklady pre pochopenie danej problematiky. Na seminároch bude využívaný systém Bloomberg Professional Terminal pre rýchle a efektívne získavanie a analyzovanie informácií z finančného ako aj podnikového prostredia. Po úspešnom absolvovaní predmetu by mal študent rozumieť základným aspektom ocenenia firmy a mal by byť schopný realizovať pokročilú finančnú analýzu podniku. Po absolvovaní predmetu by mal byť študent pripravený pracovať vo finančnej oblasti, ako finančný poradca alebo finančný analytik na pozíciách, ktoré vyžadujú základné až pokročilé znalosti z oblasti finančnej analýzy podnikov a ich ohodnocovania.	
Stručná osnova predmetu: 1. Základné charakteristiky oceňovania firiem. 2. Právne minimum pre podnikové kombinácie na Slovensku. 3. Metódy ohodnotenia firmy založené na cenových násobkoch. 4. Metódy ohodnotenia firmy založené na diskontovaných peňažných tokoch.	

5. Odhad budúcich peňažných tokov firmy.
6. Stanovenie váženej priemernej ceny kapitálu.
7. Metódy ohodnotenia firmy založené na diskontovaných dividendách.
8. Ocenenie neprevádzkového majetku firmy.
9. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze.
10. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze.
11. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze.
12. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze.

Odporúčaná literatúra:

1. 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:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 233

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
70,39	0,0	16,74	4,72	2,15	3,0	2,15	0,86

Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 20.03.2018

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/300AM/16	Názov predmetu: Oceňovanie podnikov 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., 4.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra bude študentmi realizovaný projekt ohodnotenia vybranej firmy, ktorý bude slúžiť pre celkové hodnotenie. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 bodov, na získanie hodnotenia B minimálne 81 bodov, na hodnotenie C minimálne 76 bodov, na hodnotenie D minimálne 66 bodov a na hodnotenie E minimálne 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Seminár by mal poskytnúť študentom pokročilé poznatky z problematiky oceňovania podnikov tak ako sa realizujú v praxi. Seminár poskytne študentom pohľad na všetky kľúčové procesy stanovenia hodnoty firmy. Kurz sa bude zameriavať na realizáciu oceneňovania firiem metódou diskontovaných CF – DCF a Valuation Multiples. Na seminároch budú využívané praktické príklady pre pochopenie danej problematiky. Na seminároch bude využívaný systém Bloomberg Professional Terminal pre rýchle a efektívne získavanie a analyzovanie informácií z finančného ako aj podnikového prostredia. Po úspešnom absolvovaní predmetu by mal študent rozumieť všetkým aspektom ocenenia firmy a mal by byť samostatne schopný realizovať pokročilú finančnú analýzu podniku. Po absolvovaní predmetu by mal byť študent pripravený pracovať vo finančnej oblasti, ako finančný poradca, finančný analytik alebo ako nezávislý odhadca na pozíciách, ktoré vyžadujú profesionálne znalosti z oblasti získavania finančných dát, ich spracovania a následnej finančnej analýzy a ohodnocovania podnikov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Praktický príklad analýza firmy prostredníctvom finančných pomerových ukazovateľov. 2. Príprava finančného plánu. 3. Príprava finančného plánu, praktický príklad. 4. Praktický príklad pre využitie metódy ohodnotenia firmy založenej na diskontovaných peňažných tokoch. 5. Praktický príklad pre využitie metódy ohodnotenia firmy založenej na cenových násobkoch. 6. Praktický príklad pre využitie metódy ohodnotenia firmy založenej na modely diskontovaných dividend (model DDM).	

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

Odporúčaná literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 84

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
75,0	0,0	11,9	10,71	2,38	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 18.01.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/038M/00	Názov predmetu: Organizačné kultúry (európske špecifiká)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie (75%) - prípadové štúdie, esej, semestrálny projekt, priebežný test Záverečné hodnotenie (25%) - záverečná písomná skúška Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent. Všetky materiály budú dostupné v tíme v aplikácii MS Teams. Všetky zadania zároveň študenti odovzdávajú prostredníctvom spomínaného tímu, prostredníctvom ktorého prebieha aj komunikácia s vyučujúcim. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 75/25	
Výsledky vzdelávania: Obsah predmetu sa zameriava na rozvíjanie schopnosti identifikovať a klasifikovať organizačnú kultúru v organizácii a porozumieť jej ako významnému nástroju riadenia organizácie, a to prostredníctvom pochopenia rozdielov v kultúrnom vývoji európskych štátov a ich odrazu v organizačných kultúrach v kontexte jednotlivých funkcií manažmentu ľudských zdrojov ako základu pre typológiu organizačných kultúr. Prostredníctvom štúdia relevantných zdrojov, vypracovania skupinového projektu, jeho prezentácie a riešením prípadových štúdií si študent osvojuje kontrastívnu metódu, ktorá mu umožní diagnostikovať organizačnú kultúru konkrétnej organizácie a nadobúda zručnosti, ktoré môže využiť v manažérskej praxi/praxi manažéra ľudských zdrojov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Teoretické východiská organizačných kultúr v kontexte manažmentu ľudských zdrojov (definície kultúry, podstata a formy kultúry, subkultúry a kontrakultúry, organizačná socializácia, zmena kultúry, diagnostika kultúry). 2. Európske špecifiká organizačných kultúr v kontexte manažmentu ľudských zdrojov (história vývoja vybraných štátov, kontrastívny prístup k národným kultúram vybraných štátov a	

identifikácia rozdielov, typické organizačné kultúry vybraných štátov, typológia organizačných kultúr).

Odporúčaná literatúra:

- [1] COPUŠ, L., ŠAJGALÍKOVÁ, H. Organizačné kultúry: Európske špecifiká. Bratislava: Ofprint, 2020.
- [2] ŠAJGALÍKOVÁ, H., COPUŠ, L. Organizačná kultúra a jej motivačný potenciál. Bratislava: Ofprint, 2020.
- [3] COPUŠ, L., ŠAJGALÍKOVÁ, H., WOJČÁK, E. Organizational Culture and its Motivational Potential in Manufacturing Industry (Subculture Perspective). Procedia Manufacturing, roč. 32, s. 360-367, 2019.
- [4] ŠAJGALÍKOVÁ, H., COPUŠ, L. Vzťah národnej kultúry a vybraných funkcií manažmentu. Ružomberok: Verbum, 2016.
- [5] ŠAJGALÍKOVÁ, H., BAJZÍKOVÁ, Ľ. Organizácia a kultúra. Bratislava: Ofprint, 2013.
- [6] LEWIS, R.D. When cultures collide: Leading across cultures. Londýn: Nicholas Brealey International, 2018.
- [7] TROMPENAARS, F., HAMPDEN-TURNER, CH., Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business. New York: McGraw-Hill Education, 2012.
- [8] STEERS, R. M., SANCHES-RUNDE, C. J., NARDON, L. Management Across Cultures: Challenges and Strategies. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
- [9] HOFSTEDE, G., HOFSTEDE, G. J., MINKOV, M. Cultures and Organizations: Software of the Mind. New York: McGraw-Hill, 2010.
- [10] TROMPENAARS, F., WOOLLIAMS, P. Business Across Cultures. Chichester: Capstone, 2004.
- [11] SCHNEIDEROVÁ, S. C., BARSOUX, J. L. Managing Across Cultures. Londýn: Prentice Hall, 2002.
- [12] CRANE, R. 2000. European Business Cultures. London : Prentice Hall Europe, 2000.
- [13] BROWN, A. Organisational culture. Londýn: Financial Times Management, 1998.
- [14] TRICE, H. M., BEYEROVÁ, J. M. The Cultures of Work Organizations. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1993.
- [15] Webové sídlo Akademickéj knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.
- [16] Ďalšie zdroje budú priebežne doplňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský a anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 441

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
22,68	0,0	32,2	23,58	11,79	7,71	2,04	0,0

Vyučujúci: doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD., prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., PhDr. Lukáš Copuš, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 25.08.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/039M/00	Názov predmetu: Organizačné správanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): No prerequisites.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % – vypracovanie riešenia a prezentovanie prípadovej štúdie (váha 0,2), 30 % - písomný test (midterm – váha 0,3), 50 % – ústna skúška (váha 0,5). Celkové hodnotenie sa vyjadrí pomocou algoritmu: Hodnotenie = prípadová štúdia . 0,2 + midterm . 0,3 + ústna skúška. 0,5 Napríklad: prípadová štúdia B, písomný test A, ústna skúška C = 0,2. 90% + 0,3. 100% + 0,5 . 80% = = 18 + 30 + 40 = 88 % = B hodnotenie. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 %, na získanie hodnotenia B najmenej 81 %, na hodnotenie C najmenej 73 %, na hodnotenie D najmenej 66 % a na hodnotenie E najmenej 60 %. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Predmet poskytuje študentom magisterského štúdia poznatky o prístupoch, konceptoch a praktickom uplatnení výsledkov výskumov v oblasti organizačného správania ako súčasného pohľadu na manažment organizácií. Výsledkom je rozvoj schopností študentov riešiť špecifické problémy organizácií, ktoré sú spojené s manažmentom ľudí.	
Stručná osnova predmetu: - základné atribúty organizácií, vysoko výkonné organizácie (HPO) - jednotlivci v organizácii, zložky pracovnej výkonnosti, pracovná motivácia - skupiny v organizácii - organizačný dizajn, klasické a organické organizačné štruktúry - nový model organizácie - moc a právomoc v práci manažéra - rozvoj komunikačných schopností - manažment zmien, úloha manažéra v procese manažmentu zmien - vedenie ľudí – leadership - manažérske rozhodovanie	

Odporúčaná literatúra:

Rudy, J. – Sulíková, R. – Lašáková, A. – Fratričová, J. – Mitková, Ľ.: Manažment a organizačné správanie, MV Wissenschaft, Münster, 2013
Rudy, J. – Sulíková, R. – Lašáková, A. – Fratričová, J. – Mitková, Ľ.: Organizačné správanie, UK Bratislava, 2013
Robbins S.P, Judge T.A.: Organizational Behavior, 16th Edition, Pearson, Harlow, 2015.
Shermerhorn, J. R.- Hunt, J.G., - Osborn, R.N.: Organizational Behavior, John Viley and Sons, N.Y. 2008
Robbins, S. P. –Judge, T.A.: Organizational Behavior, Prentice Hall, New Jersey, 2011
Rudy, J. – Rudyová, J.: Human Resource Management in Japan, VHK Altdorf, 2008
Rudy, J.: Manažment a teória chaosu alebo nový model organizácie, Faber, Bratislava, 1997.
Rudy, J.: Organizácia a riadenie japonských priemyselných firiem, Alfa, Bratislava, 1988, 1990.
Časopisy: Academy of Management Journal, Management Today, Journal of Systems Management, Moderní řízení.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský a anglický jazyk

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 3547

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
21,65	0,0	25,71	22,19	12,91	12,86	4,45	0,23

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

Dátum poslednej zmeny: 16.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/043M/12	Názov predmetu: Podnikateľská etika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu: priebežné 75 bodov + písomná skúška 25 bodov. Celkove max 100 bodov. Priebežné: Aktívna účasť na seminári: 7,5 body, 10 x 7,5 = max 75 bodov. Skúška: Písomná. V skúškovom období podľa Harmonogramu FM UK. Počet bodov zo skúšky = 25 bodov. Pre uznanie skúšky, musí študent získať aspoň 10 bodov. 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: 75/25	
Výsledky vzdelávania: Poslucháči sa oboznámia s podnikateľskou etikou ako akademickou disciplínou. Osvoja si teóriu podnikateľskej etiky a naučia sa ju aplikovať pomocou prípadových štúdií a riešenia eticko-ekonomických dilem. Zároveň získajú zručnosti a techniky ako úspešne implementovať podnikateľskú etiku do praxe.	
Stručná osnova predmetu: - Úvod do štúdia. - Podstata podnikateľskej etiky. Zisk verzus etika - Vznik, podstata, predmet podnikateľskej etiky - Ekonomická a etická racionalita - Zisk verzus etika - Rôzne úrovne prieniku etiky a ekonomiky - Profesijná etika manažéra - Manažér ako profesia - Manažérska prisaha. Integrita manažéra. - Základné etické princípy manažéra. - Etika. Etika a morálka. Hlavné etické princípy. Etické princípy: česťnosť, úprimnosť, zodpovednosť, spravodlivosť, povinnosť. - Etika ako súčasť manažérskeho rozhodovania - Čo je etika. Etika a morálka. Etika a právo. - Etika ako súčasť manažérskeho rozhodovania	

- Hlavné etické princípy: povinnosť, zodpovednosť, spravodlivosť, ľudské práva (+ česťnosť, tolerantnosť)
- 5. Spoločenská zodpovednosť podnikov
 - Podstata koncepcie spoločenskej zodpovednosti podnikov
 - Teória stakeholderov
 - Formy spoločenskej zodpovednosti podnikov
 - Podstata iniciatívy UN Global Compact
 - Podstata programy Trvalo udržateľný rozvoj
- 6. Etika v riadení ľudských zdrojov
 - Etické otázky v jednotlivých funkciách HRM
 - Etické problémy v pracovnoprávných vzťahoch – diskriminácia
 - Etické aspekty v medziľudských vzťahoch na pracovisku – sexuálne obťažovanie, mobbing, bossing. Analýza príčin ich vzniku.
- 7. Etika v službách
 - Podstata etiky v službách
 - Teória stakeholderov: Vzťah k spotrebiteľovi a klientovi
 - Dynamika vzťahov medzi etikou a etiketou v správaní zamestnanca v službách
- 8. Etické aspekty korupcie. Whistleblowing
 - Podstata a typy korupcie
 - Etické opatrenia na boj proti korupcii
 - Súvislosť: Korupcia a whistleblowing
- 9. Kľúčové etické problémy v mojej špecializácii
 - Základná etické problémy v oblasti finančného manažmentu
 - Základné etické problémy v oblasti marketingu
 - Základné etické problémy v oblasti podnikania
 - Základné etické problémy v oblasti strategického manažmentu
 - Základné etické problémy v IT oblasti
- 10. Inštitucionalizácia etiky. Etický a compliance program. Etický kódex
 - Etický program a compliance program
 - Základné formy inštitucionalizácie etiky
 - Význam etického kódexu
- 11. Ako funguje etický a compliance program v konkrétnej organizácii - príklady z praxe.
- 12. Tvorba etického programu Fakulty managementu UK v Bratislave
 - Skupinová práca: Poslucháči navrhnu Etický program FM UK v Bratislave.
- 13. Záverečný seminár
 - Záverečné hodnotenie práce študentov počas semestra a seminára
 - Konzultácie ku skúške

Odporúčaná literatúra:

REMIŠOVÁ, A. 2015. Súčasné trendy podnikateľskej etiky. Bratislava: Kluwer, 260 s.
 REMIŠOVÁ, A. 2011. Etika a ekonomika. Bratislava: Kalligram. 496 s.
 Crane Andrew and Matten, Dirk (2010). Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization. Oxford: Oxford University Press.
 Stanwick Peter and Stanwick Sarah (2014). Understanding Business Ethics. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský a anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 906							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
58,06	0,0	17,99	11,92	6,51	4,08	0,88	0,55
Vyučujúci: prof. PhDr. Anna Remišová, CSc., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD., Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD., Mgr. Zuzana Kotuliaková, Mgr. Alexandra Bohinská, Mgr. Michaela Ružičková							
Dátum poslednej zmeny: 16.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/044M/00	Názov predmetu: Podnikateľská etika pre personálny manažment
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 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. 50 % priebežné hodnotenie – vypracovanie zadaných prípadových štúdií, úloh a aktívna účasť na seminároch. 50 % hodnotenie v skúšobnom období – písomná skúška. Okruhy tém ku skúške budú distribuované v dostatočnom časovom predstihu. Pre úspešné absolvovanie predmetu je potrebné získať aspoň 20 bodov v časti „písomná skúška“. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Poslucháči sa naučia identifikovať etické problémy v oblasti riadenia ľudských zdrojov a naučia sa tieto problémy riešiť na profesionálnej úrovni. Prostredníctvom riešenia prípadových štúdií a etických dilem poslucháči získajú zručnosť aplikovať získané etické poznatky do praxe.	
Stručná osnova predmetu: 1. Informácie k obsahu predmetu, spôsobu hodnotenia a organizácii vyučovania. Úvod do štúdia. 2. Spoločenská zodpovednosť podniku vo vzťahu k zamestnancom a etické princípy v PM. 3. Etické dilemy a proces rozhodovania. 4. Ľudské práva. Diskriminácia a sexuálne obťažovanie v pracovnom prostredí. 5. Etické aspekty náboru zamestnancov. 6. Etika v predvýbere a výbere zamestnancov. 7. Etické aspekty v hodnotení pracovného výkonu, odovzdávaní spätnej väzby, rozvoji a manažmente kariéry. 8. Motivácia a odmeňovanie zamestnancov z hľadiska etiky. 9. Mobbing a bossing. Etický rozvoj manažérov. 10. Etický kódex a whistleblowing. 11. Realizácia funkcií PM v súlade s etikou – Dobré príklady zo slovenskej podnikovej praxe. 12. Zhrnutie. Výsledky priebežného hodnotenia. Konzultácie ku skúške.	
Odporúčaná literatúra: REMIŠOVÁ, A. 2011. Etika a ekonomika. Bratislava: Kalligram (kapitoly 1, 4 – 8).	

REMIŠOVÁ, A. 2012. Etika a morálka. Bratislava: Sprint dva. LAŠÁKOVÁ, A. 2011. Etické princípy v manažmente ľudských zdrojov: Vymedzenie a praktická aplikácia. In: Aplikovaná etika a profesionálna prax. Banská Bystrica: Fakulta humanitných vied UMB, s. 73 - 80. Dostupné na: Aplikovaná etika a profesionálna prax. Banská Bystrica: Fakulta humanitných vied UMB. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/281449045_Eticke_principy_v_manazmente_ludskych_zdrojov_Vymedzenie_a_prakticka_aplikacia							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 350							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
52,57	0,0	28,57	11,43	3,43	2,57	1,43	0,0
Vyučujúci: prof. PhDr. Anna Remišová, CSc., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD., Mgr. Zuzana Kotuliaková							
Dátum poslednej zmeny: 17.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/314M/16				Názov predmetu: Podnikové procesy a softvérové inžinierstvo			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 12							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
91,67	0,0	8,33	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

Dátum poslednej zmeny: 07.11.2017
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/193AM/17	Názov predmetu: Praktické finančné trhy II
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2., 4.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 100%	
Výsledky vzdelávania: Predmet predstavuje trhy s úrokovými sadzbami, pričom vychádza z osnôv certifikátu / diplomu ACI - združenia pre finančné trhy (ACI certifikát / diplom býva regulátormi požadovaný na pozície dealingových útvarov bánk). Kurz sa zameriava na praktické aplikácie kľúčových konceptov s mnohými príkladmi / prípadovými štúdiami. Na konci semestra študenti porozumejú hlavným nástrojom, technikám a stratégiám, ktoré používajú tvorcovia a užívatelia trhu pri obchodovaní, zaisťovaní a arbitráži na trhoch s úrokovými sadzbami. Vhodné pre obchodníkov v bankách, predajcov, maklérov, správcov fondov, manažérov rizík, zamestnancov korporátnych útvarov Treasury a pracovníkov back office.	
Stručná osnova predmetu: Výpočty návratnosti: očakávaný vs požadovaný výnos. Krátkodobé a dlhodobé výnosy, spotové/forwardové úrokové sadzby a výnosové krivky. Základné typy výnosov na peňažných trhoch a trhoch s pevným príjmom: výnosy z držby, diskontné sadzby, efektívne ročné výnosy, výnos do splatnosti. Inštitúcie pôsobiace na trhu s úrokovými sadzbami: banky, podniky, poisťovne, penzijné fondy, správcovia fondov, hedžové fondy. O-T-C vs organizované trhy, systematická internalizácia, obchodné platformy, tvorcovia trhu, užívatelia trhu, makléri, zúčtovacie centrá. Kľúčové aktivity na trhoch s úrokovými mierami: investovanie, zaistenie, obchodovanie, arbitráž, správa aktív a pasív. Hotovostné produkty. Peňažný trh: vklady, štátne pokladničné poukážky, depozitné certifikáty, repo obchody, obchodné cenné papiere, Trhy s pevným príjmom: štátne pokladničné poukážky, korporátne a bankové dlhopisy, cenné papiere kryté hypotékami, dlhové záruky, Structured products: various combinations of cash and derivative products. Deriváty: FRA, futures na krátkodobé úrokové sadzby, futures na dlhopisy, úrokové swapy, jednoduchové swapy, krížové swapy úrokových sadzieb, záruky úrokov, cap, floor, collar, swapie. Štruktúrované produkty: kombinácie hotovostných produktov a derivátov. Riadenie aktív a pasív (ALM): úrokové riziko, ALM v bankách, poisťovne a správcovia investícií.	
Odporúčaná literatúra:	

1. „FINANCIAL INSTRUMENTS, THE HANDBOOK“. LEX VAN DER WIELEN, ISBN 978-90-816351-3-4, THE FINANCIAL MARKETS ACADEMY, LONDON 2011 2. „TREASURER’S HANDBOOK”.HANNES ENTHOFFER, PATRICK HAAS, ISBN-10 3714302387, LINDE VERLAG, FRANKFURT 2013 3. “CFA LEVEL I, II, III”. CFA INSTITUTE, ISBN 978-1-939515, WILEY, NEW YORK 2015,							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 56							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
3,57	0,0	44,64	10,71	10,71	28,57	1,79	0,0
Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, PhD., MBA							
Dátum poslednej zmeny: 25.01.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/160M/16				Názov predmetu: Prax			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 981							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
77,98	0,0	16,31	2,96	0,1	0,31	2,04	0,31
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/023M/00	Názov predmetu: Procesný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2., 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu stupňami A – FX je v súlade s pravidlami stanovenými študijným poriadkom na FM UK. Zo 100% bodov, je možné získať 60% počas semestra a 40% bodov na skúške v skúšobnom období. Hodnotenie počas semestra je možné získať: - 40% Vypracovanie a prezentácia semestrálneho projektu - 20% Vypracovanie úloh a diskusie na zadané témy, kontrolné testy Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 60% priebežné hodnotenie a 40% záverečné hodnotenie	
Výsledky vzdelávania: - Pochopenie podstaty procesného manažmentu, jeho významu a dôležitosti pre manažment podniku v súčasnosti. - Orientovanie sa v súvislostiach vzniku a smeroch rozvoja teórie procesného manažmentu ako i v súčasných trendoch v procesnom manažmente. - Pochopenie odlišnosti procesného manažmentu od tradičného funkčného prístupu k manažmentu. - Vedomosti z oblastí princípov procesného manažmentu, používaných techník a nástrojov využívaných v procesnom manažmente. - Nadobudnuté schopnosti, zručnosti v kontexte aplikovania procesného manažmentu v podniku využitím procesného modelovania a procesných nástrojov. - Porozumenie prínosov, dôvodov a prekážkach zavádzania a uplatnenia procesného manažmentu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu Cieľ, obsah, literatúra a kritériá hodnotenia predmetu. 2. Základné pojmy súvisiace s procesným manažmentom Funkčný prístup k manažmentu, jeho princípy vs. procesný manažment a potreby súčasnosti. 3. Procesný manažment a jeho princípy Podstata a definovanie procesného manažmentu, princípy a prínosy. 4. Identifikovanie procesov Identifikovanie a popísanie procesov, definovanie procesných atribútov. 5. Modelovanie procesov Typológia procesov a tvorba modelov procesov.	

6. Procesné nástroje, podpora IT a softvérové riešenia. Procesné nástroje, podpora IT v procesom manažmente, softvérové riešenia pre procesný manažment 7. Základné informácie a postupy práce s ARIS Postupy a princípy práce s procesným nástrojom ARIS express. 8. Model procesu a procesné štandardy. Štandardy modelovania procesov, vizualizácia procesov. 9. Ďalšie modely a využite na príklade ARIS Využitie modelu pre hierarchizáciu a typológiu procesov, zakreslenie organizačnej štruktúry a ďalšie možnosti. 10. Analýza a optimalizácia procesov Analýza vybraného procesu, identifikovanie úzkych miest a tvorba návrhov riešení. 11. Zavádzanie procesného manažmentu a jeho bariéry Kroky zavádzania procesného manažmentu. Bariéry procesného manažmentu a ich odstraňovanie, manažment zmeny. 12. Procesný manažment v praxi slovenských podnikov Procesný manažment v podnikoch na Slovensku. 13. Zhrnutie a záver predmetu Zhrnutie predmetu.																							
Odporúčaná literatúra: [1] PAPULOVÁ, Z., PAPULA, J., OBORILOVÁ, A. Procesný manažment: ucelený pohľad na koncepciu procesného manažmentu. Bratislava: Kartprint, 2014. [2] BOROVSÝ, J. Manažment zmien: cesta k rastu konkurencieschopnosti. Bratislava: Eurounion, 2005. [3] HAMMER, M., CHAMPY, J. Reengineering - radikální proměna firmy: Manifest revoluce v podnikání. Praha: Management Press, 1995. [4] HAMMER, M., CHAMPY, J. Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business revolution. New York: Harper Business, 1993.																							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, alternatívne anglický jazyk pre štúdium podpornej literatúry																							
Poznámky:																							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 635 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th><th>M</th></tr> <tr> <td>33,39</td><td>0,0</td><td>25,04</td><td>19,53</td><td>10,55</td><td>7,4</td><td>4,09</td><td>0,0</td></tr> </table>								A	ABS	B	C	D	E	FX	M	33,39	0,0	25,04	19,53	10,55	7,4	4,09	0,0
A	ABS	B	C	D	E	FX	M																
33,39	0,0	25,04	19,53	10,55	7,4	4,09	0,0																
Vyučujúci: doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD.																							
Dátum poslednej zmeny: 12.02.2021																							
Schválil:																							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.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., 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): The course intends to give students the skills necessary to write a research thesis, and to prepare other professional materials for presentation or publication. It also should prepare them to be able to write scientific papers especially if they intend to follow research career, or teaching carrier at university. Topics covered in this course include: searching the scientific literature; scientific writing style; writing graduate level papers, proposals, projects, and thesis components; preparing scientific presentations; presentation of data; using visual aids; and using word processing, spreadsheet, and presentation software. Further, the course is designed to introduce students to basic scientific writing skills. Participants will review the general principles of clear, persuasive writing, and will apply these principles to writing for a scientific audience. Particular emphasis will be placed on conveying the significance of research, outlining the aims, and discussing the results for scientific papers. The course will also provide an overview of the structure and style of scientific manuscripts. Classes are highly interactive, and the majority of class time will be spent discussing student scientific writing. The goal of the course is to encourage active and open interaction among students. Ideal endpoints include improved self-editing, and development of effective strategies for offering and receiving concise editorial recommendations among peers. The course aims to clarify the writing process and teach the fundamentals of effective scientific writing. The course will take a multi-modal approach so that students can also work on presentations and posters, using visuals and graphics effectively to convey their message in the scholarly and public realm, including print and digital publishing sites, adapting the materials and texts as needed to become increasingly critical thinkers and writers, who can shape material effectively. While working on clear, correct, concise style, the course will also address the evolution of scientific writing and conventions. A wide range of scientific fields will be addressed, with special emphasis on the field of management.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: The following course learning objectives form the basis. The goal of each assignment is to demonstrate mastery in one of the following areas: • Model effective scientific and technical communication in the workplace by actively participating in writing activities, both individually and collaboratively.	

- Apply technical information and knowledge in practical documents for a variety of a.) professional audiences (including peers and colleagues or management), and b.) public audiences.
- Write documents that demonstrate professional style: concise, clear, accurate, honest, economical, and unambiguous.
- Use professional writing strategies: Direct order organization, objective voice, unbiased analysis and summary, and use of transitional devices to create coherence.
- Recognize, explain, and use the rhetorical strategies and the formal elements of specific genres of technical communication, such as technical abstracts, data based research reports, instructional manuals, technical descriptions, web pages, wikis, and correspondence.
- Collect, analyze, document, and report research clearly, concisely, logically, and ethically; understand the standards for legitimate interpretations of research data within scientific and technical communities.
- Recognize and develop professional format features in print, html, and multimedia modes, as well as use appropriate nonverbal cues and visual aids.
- Revise and edit effectively in all assignments, including informal media (such as email to the instructor).
- Demonstrate professional work habits, including those necessary for effective collaboration and cooperation.

Focus Areas:

The core of this course consists of the following four skill areas:

- Research skills - using primary and library research to discover information
- Correspondence skills - learning the generic conventions of each
- Explanatory or demonstrative writing skills - to disseminate technical information to either nontechnical or technical readers, such as descriptions, instructions, informational handouts, international conferences
- Visual communication skills - may appear as separate assignments or as components of other assignments

Výsledky vzdelávania:

The successful student will demonstrate the ability to:

- Present scientific information in appropriate language for various audiences, including scholarly and general, in print and online
- Understand of the needs of various audiences/readerships and how these needs affect the style, vocabulary, and content of writing
- Recognize the conventions governing the dissemination of scientific knowledge
- Understand the origins of scientific writing styles
- Write concisely, concretely, and accurately to present complex scientific ideas clearly
- Expand information literacy (researching primary and secondary sources) for finding, evaluating, integrating and synthesizing ethically the necessary information and visuals for the completion of a project
- Effectively and ethically incorporate appropriate scientific exhibits (visuals, graphs, charts, etc) for designing presentations and posters, and for supplementing text
- Competence in the mechanics of writing is essential, including use of appropriate documentation styles.

At the end of the course, students should be able to:

- Distinguish different types of research, their audiences and how research material might be effectively presented
- Prepare scientific and technical papers, and presentations
- Format documents and presentations to optimize their visual appeal when viewed in-print, as a podcast or audio/video file format on the internet, or through personal presentations to an audience

- Effectively use features of Microsoft Office to create eye-catching professional documents and presentations
- Effectively use features of Microsoft Word, Powerpoint, and Excel to create professional looking tables, graphs and figures
- Accept constructive criticism and use reviewers' comments to improve quality and clarity of written reports and presentations.

Stručná osnova predmetu:

Module-1: Introduction

- Research – What is it?
- How do researchers communicate?
- Examining examples of different types of scientific communication
- Introduction to concepts, investigation of scholarly and popular science writing categories, understanding the difference, rhetorical situation and audiences, disciplinary expectations, what counts as evidence

Module-2: Scientific Literature

- Searching the scientific literature
- Using online search engines
- What is a refereed journal?
- Plagiarism and how to avoid it
- Reading sample Lit Reviews as models of thinking and organizing material
- Work on Lit Review/Annotated bibliography to provide background for longer article
- Work on summary and analysis, rhetorical précis, abstracts, keywords
- Discover a research question and find the conversation to enter

Module-3: Beginning to Write

- Establishing your constraints
- Organizing your writing
- Preparing outlines
- Standard formats for scientific papers, research projects and theses style guides

Module-4: Content

- Creating a literature review
- Preparing other sections of a research report (abstract, introduction, materials and methods, results and discussion, conclusions)
- Including and summarizing research data
- Presentations/sharing of research report on scientific writing in the disciplines, scholarly and popular media
- Continued work on writing styles and correctness

Module-5: Style and grammar

- Scientific writing style
- First-person vs. Third-person; Passive vs. active voice
- Avoiding excessive wording
- Grammar
- Avoiding misuse of words
- When to use footnotes
- More reading. Polishing prose and adapting to audiences.

Module-6: Reference citations

- How to use references
- Within the text
- How to make lists of references

Module-7: Revising

- Dealing with revisions
 - Accepting criticism
 - Making sense of reviewers' comments
 - Making the changes
 - What to do if you do not agree with reviewers' comments
- Module-8: Other communication and other types of scientific writing

- research proposals
- creating a fact sheet/bulletin
- articles for popular press
- memos, letters and emails

Module-9: Using Computer technologies

- Microsoft Word
- Formatting (including margins, tabs, indents, justification, etc)
- Using the table feature
- Creating tables of content
- Microsoft Excel
- Creating tables, charts, graphs

Module-10: Poster and Oral Presentations

- Organization and formats for posters
- Using Microsoft Powerpoint
- Designing and preparing slides for an oral presentation
- Importing tables, charts and graphs from Excel
- Optimizing pictures for use in presentations
- Using visual aids without overdoing it
- Using Microsoft Powerpoint

Odporúčaná literatúra:

1. Robert A. Day and Barbara Gastel. How to Write and Publish a Scientific Paper, 8 edition. Greenwood, 2016, ISBN 978-1440842801.
2. Alley, M. 2003. The Craft of Scientific Presentations: Critical steps to succeed and critical errors to avoid. Springer, NY. ISBN:0-387-95555-0.
3. George D. Gopen and Judith A. Swan, "The Science of Scientific Writing" American Scientist (1990) vol 78: 550-558. Available at <http://www.americanscientist.org/>
4. Penrose and Katz. Writing in the Sciences. Pearson, 2004.
5. Scott L. Montgomery. The Chicago Guide to Communicating Science. University Of Chicago Press, 2003. ISBN-10: 0226534847.
6. Rebecca Skloot, Floyd Skloot, Jesse Cohen (eds.) The Best American Science Writing 2011. Ecco, 2011. ISBN-10: 0062091247.
7. Thomas A Easton (editor) Taking Sides: Clashing Views in Science, Technology, and Society. 10th edition. McGraw-Hill/Dushkin, 2011. ISBN-10: 0078050278.
8. Björn Gustavii, 2008. How to Write and Illustrate Scientific Papers, Second Edition. Cambridge University Press, ISBN-13 978-0-521-87890-6.
9. UNDERSTANDING THE PUBLISHING PROCESS. How to publish in scholarly journals. Published by Elsevier, April 2015.
10. Ann M. Körner. 2008. Guide to Publishing a Scientific Paper. Routledge, Taylor & Francis Group, ISBN 978-0-415-45265-6.
11. C. Bauer, C. Strauss, "Location-based Advertising on Mobile Devices: A Literature Review and Analysis", Management Review Quarterly (MRQ), Springer, Vol. 66, No. 3, 2016, pp. 159-194.

12. N. Kryvinska, R. Olexova, P. Dohmen, C. Strauss, "The S-D Logic Phenomenon- Conceptualization and Systematization by Reviewing the Literature of a Decade (2004-2013)", Journal of Service Science Research, Springer, Vol. 5, No. 1, 2013, pp. 35-94.
https://www.researchgate.net/publication/262601746_The_S-D_logic_phenomenon_-_conceptualization_and_systematization_by_reviewing_the_literature_of_a_decade_2004-2013

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

ENGLISH

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 8

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

Vyučujúci: prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 17.10.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/345M/19				Názov predmetu: Relaxačné techniky pre manažérov			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 2							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 62							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
93,55	0,0	3,23	0,0	0,0	1,61	1,61	0,0
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/346M/20				Názov predmetu: Relaxačné techniky pre manažérov 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:							
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: 114							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
98,25	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,75	0,0
Vyučujúci: prof. 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.KMk/048M/00			Názov predmetu: Spoločenský marketing				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. priebežná práca na seminároch – aktívne sa zapájanie študenta , študent si musí pripraviť 5 prípadových štúdií na aktuálne dianie týkajúce sa výberového predmetu cca 70% 2. priebežný test počas semestra, počet testových otázok - 3 - cca 30% Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0							
Výsledky vzdelávania: Študenti si rozšíria podstatne svoje vedomosti o znalosti z oblasti spoločenského marketingu alebo sociálneho marketingu, čo je podčasť spoločenského marketingu.							
Stručná osnova predmetu: Definícia spoločenského marketingu – teoretické využitie poznatkov od rôznych autorov. 2. Príklady z podnikateľskej praxe, zdôvodnenie. 3. Ďalšie smerovanie využívania spoločenského marketingu. 4.Sociálne zodpovedné podnikanie – definícia, aplikácia na hospodársku prax. 5. Dôvody spolupráce ziskových a neziskových organizácií							
Odporúčaná literatúra: 1. Bartáková, G. - Cibáková, V. 2007. Základy marketingu. Bratislava: Iura Edition, 2007. 224 s.ISBN 978-80-8078-156-9 2. Majdúchová, H. a kolektív :Neziskové organizácie. Bratislava: Sprint 2007 3. Rektořík, J. a kolektív:Organizace neziskového sektoru. Praha: Ekopress 2007 4. aktuálna legislatíva, ktorá sa týka neziskových organizácií a diania okolo nich							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 188							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
89,36	0,0	4,79	2,66	1,06	1,06	1,06	0,0

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/040M/16	Názov predmetu: Strategické analýzy
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (60 percent), skúška v skúškovom období (40 percent). 60 percent počas semestra je možné získať za vypracovanie zadaného projektu, kontrolné testy a úlohy. Skúška v skúšobnom období je písomná.	
Výsledky vzdelávania: • Rozšírené poznatky o analytických a analyticko-syntetických metódach a technikách strategického manažmentu a zručnosti získané s ich aplikáciou. • Súčasné trendy, metódy a postupy, ktoré podporujú účinnosť strategického manažmentu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu 2. Strategické analýzy a strategické myslenie 3. Strategické analýzy v procese strategického manažmentu 4. Učenie sa a premýšľanie 5. Strategické analýzy pri skúmaní makroprostredia 6. Strategické predvídanie a prognózovanie 7. Analýza a prognóza mikroprostredia 8. Strategické analýzy interného prostredia a vnútorného potenciálu 9. Analyticko-syntetické techniky 10. Portfóliové analýzy a určenie typu stratégie 11. Implementovanie stratégie 12. Záver a zhrnutie predmetu	
Odporúčaná literatúra: [1] PAPULOVÁ, Z. 2012. Strategické analýzy s podporou strategického myslenia. Aktuálny trend v strategickom manažmente. Bratislava : Kartprint 2012, 230 s. [2] PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. 2015. Stratégia a strategický manažment ako nástroje, ktoré umožňujú súperenie i spolužitie Dávida s Goliášom. Tretie, upravené vydanie. Bratislava : Wolters Kluwer 2015, 277 s. [3] PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. – PAPULA, J. 2014. Konkurenčné stratégie. Tradičné prístupy vs. nové pohľady a techniky. Bratislava : Wolters Kluwer, 2014, 175 s.	

[4] HITT, M. A. – IRELAND, R. D. – HOSKISSON, R. E. 2005. Strategic Management. Competitiveness and Globalization. Thompson : South-Western, 2005.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, alternatívne anglický jazyk, pre štúdium podpornej literatúry							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 126							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
23,81	0,0	37,3	19,05	11,9	7,94	0,0	0,0
Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 18.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/027M/00	Názov predmetu: Strategické myslenie a stratégia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (50 percent), skúška v skúškovom období (50 percent). Priebežné hodnotenie počas semestra je možné získať: • 40 percent vypracovanie a prezentácia práce na zadanú tému, • 10 percent za kontrolné testy v rámci semestra. Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent.	
Výsledky vzdelávania: • Vnímať dôležitosť stratégie a aktuálnosť jej uplatňovania v manažmente. • Poznať pôsobenie stratégií v minulosti a ich odkaz pre súčasnosť. • Pochopiť podstatu strategického myslenia ako súčasť ľudského myslenia a odhaliť v čom spočíva tajomstvo strategického myslenia. • Vedieť, ako je možné zdokonaľovať strategické myslenie z pohľadu rôznych vedných disciplín. • Poznať základné neurologické aspekty ľudského myslenia, ovládať základy behaviorálnej psychológie a získať schopnosť realizovať objektívnejšie rozhodnutia. • Poznať základné manipulačné a dezinformačné techniky, kognitívne skreslenia, názorové tendencie, byť schopný pri riadení podniku dané javy rozpoznať a nepodliehať ich vplyvu. • Poukazovať na možnosti uplatnenia strategického manažmentu v procese strategického manažmentu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. 2. Stratégia ako kritický faktor úspešnosti. 3. Korene stratégie a stratégií minulosti. 4. Stratégia a jej pokročilé aspekty a koncepty. 5. Ľudské myslenie ako proces, podstata ľudského myslenia. 6. Neurologické základy ľudského myslenia, vplyv evolúcie a štruktúr mozgu na správanie človeka.	

7. Zdokonaľovanie ľudskeho myslenia z pohľadu rôznych vedných disciplín
8. Rozhodovacie a riadiace systémy ľudskeho mozgu. Kognitívne predpojatosti a chyby vnímania, ich vplyv na vnímanie a rozhodovanie ľudí.
9. Strategické myslenie, jeho podstata a špecifiká. Základné druhy ľudskeho myslenia, ich charakteristiky. Strategické myslenie, jeho podstata a špecifiká.
10. Strategické myslenie manažérov. Priestor a uplatnenie strategického myslenia v manažmente, z pohľadu základných funkcií manažmentu a pozícií manažérov.
11. Špecifiká, aplikácie a nové trendy v myslení.
12. Zhrnutie a záver predmetu

Odporúčaná literatúra:

- [1] PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. 2010. Strategické myslenie manažérov. Za tajomstvami strategického myslenia. Bratislava : Kartprint 2010.
- [2] PAPULA, J. - PAPULOVÁ, Z., -PAPULA, J. 2019. Strategický manažment. Aktuálny koncept pre rýchlo sa približujúcu budúcnosť. Praha: Wolters Kluwer 2019
- [3] TOVSTIGA, G. 2010. Strategy in Practice: A Practitioner's Guide to Strategic Thinking. Chichester : John Wiley and Sons, 2010.
- [4] DIVANNA, J. – AUSTIN, F. 2004. Strategic Thinking in Tactical Times. New York : Palgrave Macmillan, 2004

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, alternatívne anglický jazyk, pre štúdium podpornej literatúry

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 669

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
33,48	0,0	30,04	15,4	10,46	8,37	2,09	0,15

Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Karol Cagán

Dátum poslednej zmeny: 18.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KSP/031M/16				Názov predmetu: Strategický controlling			
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: 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: 126							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
68,25	0,0	24,6	7,14	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Ján Papula, PhD., Mgr. Lucia Kohnová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

12. Zhrnutie a záver predmetu.							
Odporúčaná literatúra: [1] PAPULA, J., PAPULOVÁ, Z., PAPULA, J. : Strategický manažment, aktuálny koncept pre rýchlo sa približujúcu budúcnosť. Praha: Wolters Kluwer 2019 [2] HITT, M. A. – IRELAND, R. D. – HOSKISSON, R. E. 2005. Strategic Management. Competitiveness and Globalization. Thompson : South-Western, 2005. [3] PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. 2015. Stratégia a strategický manažment ako nástroje, ktoré umožňujú súperenie i spolužitie Dávida s Goliášom. Tretie, upravené vydanie. Bratislava : Wolters Kluwer 2015, 277 s. [4] PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. – PAPULA, J. 2014. Konkurenčné stratégie. Tradičné prístupy vs. nové pohľady a techniky. Bratislava : Wolters Kluwer, 2014, 175 s. [5] PAPULOVÁ, Z. 2012. Strategické analýzy s podporou strategického myslenia. Aktuálny trend v strategickom manažmente. Bratislava : Kartprint 2012, 230 s.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, alternatívne anglický jazyk, pre štúdium podpornej literatúry							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3201							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
22,71	0,0	25,15	20,71	15,78	14,53	0,84	0,28
Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 18.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/045M/16	Názov predmetu: Strategický manažment finančných inštitúcií
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: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Finančný manažment, Strategické myslenie, Strategické analýzy.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Prezentácia 4 čiastkových výstupov – výsledkov 4 čiastkových simulácií s celkovým počtom 80 bodov a finálna prezentácia stratégie banky 20 bodov. Celkové hodnotenie sa realizuje v súlade s pravidlami hodnotenia platnými na FM UK: A = 91-100%; B = 81-90%; C = 73-80%; D = 66-72%; E = 65-60%; F = 0-59% bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študent získa teoretické vedomosti zo základných oblastí strategické riadenia banky s dôrazom na jej rizikovo-finančné oblasti, makroekonomické a regulačné prostredie. Prácou so simulačným nástrojom získa praktické skúsenosti z kvantifikácie dopadu kľúčových strategických rozhodnutí na finančné strategické ciele. Absolvovaním tohto predmetu by mal byť študent schopný aktívne participovať na príprave rozhodnutí z kľúčových oblastí strategického riadenia banky.	
Stručná osnova predmetu: 1. Teoretické východiská strategického manažmentu finančných inštitúcií Moderné bankovníctvo, Požiadavky akcionárov v konkurenčnom a regulačnom prostredí, Strategický manažment banky, Vyvážené riadenie banky metódou Balanced Scorecard 2. Kontrola a vnútorné oceňovanie Bankový kontroľing (zisk z bankových produktov a marží, strategické nastavovanie marže na bankové produkty, štruktúrny profit, strategické určenie pomeru štruktúrneho a produktového zisku), Súvaha a významné bilančné položky, Kľúčové finančné ukazovatele, Výkaz ziskov a strát, Vnútorné ceny (FTP), rekongiliácia 3. Regulácia bánk a manažment rizík Základy riadenia aktív a pasív (ALM) v banke, úloha ALM pri strategickom riadení banky, Princípy regulácie, Bazilejské pravidlá, Banková regulácia v Európe, EBA (Európska finančná autorita), Európske smernice bankovej regulácie 4. Počítačová simulácia SimBA Počítačová simulácia SimBa umožňuje účastníkovi poznať modelové riadenie banky zo všetkých hľadísk – študenti vytvárajú bankovú stratégiu, ceny a hodnotia bankové produkty, spravujú súvahu	

banky a účet ziskov a strát, rozhodujú, riadia riziká banky s cieľom splniť požiadavky akcionárov. SimBa pracuje v súčasnom regulačnom prostredí Bazilejl III / IV.							
Odporúčaná literatúra: 1. Študijné materiály (skriptá a prezentácie Bearning s.r.o.) distribuované pred a počas kurzu Odporúčaná: 1. Saunders, A., Cornett, M.: Financial Institutions Management: A Risk Management Approach, 8th Edition McGraw-Hill, 2014, ISBN-13 9780078034800. 2. PILKOVÁ, A.: Basel 2 as a driver of changes in the commercial bank strategic management. In: Comenius Management Review. 2009, č.1, s. 47-64. ISSN 1337-6721. 3. 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. 4. E-learning Bearning s.r.o. (https://bearing.com/e-learning).							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: anglický							
Poznámky: V ZS ak. roku 2020/2021 bude prebiehať celá výučba dištančne cez MS Teams. Doobeda (9,00 – 12,00 hod.) a poobede (13,00 – 17,00 hod.) cvičenia na simulátore strategického riadenia banky od firmy Bearning. Vzhľadom na kapacitu pre simuláciu – účasť max. 20 študentov je možná.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 126							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
33,33	0,0	38,89	17,46	3,97	5,56	0,79	0,0
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA							
Dátum poslednej zmeny: 21.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/077M/16	Názov predmetu: Strategický 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: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra študenti prezentujú na cvičeniach 2 projekty. Prvý o vybranej analytickej metóde, druhý o návrhu cieľov a implementácii strategického marketingového plánu vybraného podniku. Študenti môžu pracovať v menších tímoch ak si vyberú veľký podnik, ktorý má niekoľko strategických podnikateľských jednotiek alebo značiek. Projekty je potrebné odovzdať. V priebehu semestra majú študenti možnosť získať 40 % hodnotenia, 15 za vybranú analytickú techniku využitú na konkrétnom podniku, 30 za návrh marketingového plánu pre konkrétny podnik. 5 bodov je možné získať za aktivity na cvičeniach. bodov. V skúšobnom období je možné získať 60 bodov. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 bodov, na získanie hodnotenia minimálne 81 bodov, na hodnotenie C minimálne 73 bodov, na hodnotenie D minimálne 66 bodov a na hodnotenie E minimálne 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie FX.	
Výsledky vzdelávania: Študenti získajú teoretické poznatky o tom čo je strategický marketing, aké má kompetencie, akú má vo firme úlohu, ako sa koncipujú marketingové ciele a ako sa implementujú. Naučí sa využívať rôzne typy strategických marketingových analýz, vyhodnocovať ich, koncipovať ciele a ovplyvňovať vnútrofirémne procesy i externé faktory. Predmet mu umožní uchopiť strategické marketingové aktivity na úrovni podniku, oboznámiť sa s rôznymi metódami a prístupmi, analytickými technikami a alternatívami marketingovej stratégie. Študent po absolvovaní predmetu má vedieť urobiť kvalifikovaný výber analytických metód a postupov, zvládnuť metódy tvorby strategického marketingového plánu podniku a jeho implementácie. Cieľom je vedieť strategický marketingový plán zostaviť, posúdiť, manažovať strategické aktivity a vyhodnocovať úspešnosť plánov. Zmyslom je komplexne samostatne riešiť otázky týkajúce sa strategického marketingu a marketingového plánovania.	
Stručná osnova predmetu: Stručná osnova predmetu: 1. Základné pojmy a termíny Základné pojmy a ich výklad. Marketing manažment - strategické ciele - strategický marketing, marketingová stratégia. Strategický marketing - ciele a ich typológia - implementácia cieľov.	

2. Strategický marketing

Teória a prax. Strategické myslenie. Pojem stratégia a vízia. Typy stratégií a strategické ciele. Lokálne a globálne stratégie. Konkurenčné stratégie. Predpoklady koncipovania strategického marketingového plánu. Obsah strategického marketingového plánu.

3. Analytický proces

Strategické marketingové analýzy a analýzy funkčných oblastí podniku. Podklady analytického procesu. Konkurencieschopnosť podniku – význam strategických a marketingových cieľov pre tvorbu konkurenčných výhod podniku.

4. Analytický proces v závislosti od pôsobenia firmy

Homogénna firma versus heterogénna firma. Kompetencie strategických podnikateľských jednotiek, tvorba strategických marketingových plánov na úrovni strategických podnikateľských jednotiek.

5. Konkurenčné výhody

Typológia konkurenčných výhod - napodobiteľní a nenapodobiteľné, kontinuálne a diskontinuálne, lokálne a globálne, komparatívne konkurenčné výhody. Tvorba nových konkurenčných výhod, inovácie a zmena produktového radu.

6. Marketingová stratégia

Marketingová stratégia a proces marketingového plánovania. Analýza strategickej pozície, strategická a marketingová situačná analýza. Stratégie modrých a červených oceánov.

7. Analýzy makroprostredia a mikroprostredia

Analýzy prostredia: makroprostredie - analýza PESTLE, interakčného prostredia a prostredia odvetvia. Charakteristika odvetvia, hybné sily v odvetví, životný cyklus odvetvia, atraktivita odvetvia. Porterov model piatich síl. Proces vyhodnocovania externých analýz.

8. Analýzy interného prostredia

Interná analýza podniku – analýzy konkurencieschopnosti, hodnotenie konkurenčnej pozície, plánovanie konkurenčnej pozície. Pomenovanie alternatív - stanovenie strategickej orientácie firmy na trhy, na ktorých chce podnik pôsobiť. Vzťahy s konkurenciou. Strategické skupiny v odvetví.

9. Špecifická metódy strategického marketingu

Metódy strategickej marketingovej analýzy - ABC, RMF, RADAR, analýzy potrieb a spokojnosti zákazníkov.

10. Benchmarking

Benchmarking ako metóda strategickej marketingovej analýzy - benchmarking ako proces. Typy a formy benchmarkingu a jeho využitie. Výhody a nevýhody benchmarkingu, úspešný a neúspešný benchmarking.

11. Portfóliové analýzy

Portfóliové analýzy – analýzy produktového portfólia, portfólia strategických podnikateľských jednotiek a portfólia značiek. Analýza strategickej pozície. Možnosti vytvárania synergických efektov v portfóliu. Strategická výhoda.

12. Tvorba strategického marketingového plánu

Strategický marketingový plán – obsah, tvorba, verifikácia a implementácia. Organizačné usporiadanie a začlenenie marketingových aktivít. Úspešná a neúspešná implementácia, Marketingová kontrola, zmenové faktory.

13. Marketingová stratégia

Marketingový plán – marketingový audit, rastová, stabilizačná a útlmová marketingová stratégia. Krízová marketingová stratégia. Reakcia na alternatívne podnety, reakcia na alternatívne podnety, reakcia na krízu i ekonomický rast, zmena marketingovej politiky.

Odporúčaná literatúra:

1. HORÁKOVÁ, H.: Strategický marketing. Praha: GradaPublishing 2005

2. JAKUBÍKOVÁ, D.: Strategický marketing, strategie a trendy. Praha: GradaPublishing 2008

3. KOTLER, P. – KELLER, K. L. – BRADY, M. – GOODMAN, M. – HANSEN, T.: Marketing Management. Harlow: Pearson Education Limited, 2012 4. LESÁKOVÁ, D.: Strategický marketing. Bratislava: Sprint, 2007 5. DUDINSKÁ E, BUDAJOVÁ, G., BUDAJ, P.: Analýzy v marketingovom plánovaní. Poprad: Vydavateľstvo Michala Vaška 2006 6. CHEBEŇ, J.: Strategický marketingový plán. Bratislava: Ekonóm 2009 7. DRUMOND, G., ENSOR, J., ASHFORD, R.: Strategic marketing, planning and control. 2002. Oxford. ISBN 978-0756-8271-8. Dostupné na: http://books.google.sk/books?id=WrmLizZH3RoC&printsec=frontcover&dq=strategic+marketing&hl=en&sa=X&ei=noNjU7HyNOvB7AalloHICA&redir_esc=y#v=onepage&q=strategic%20marketing&f=false 8. WILSON, R., M., S., GILLIGAN, C. Strategic marketing management – planning, implementation and Control. 2005. Oxford. ISBN 0-7506-5938-6 Dostupné na: http://books.google.sk/books?id=bvv-zibROUC&printsec=frontcover&dq=strategic+marketing&hl=en&sa=X&ei=noNjU7HyNOvB7AalloHICA&redir_esc=y#v=onepage&q=strategic%20marketing&f=false							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
SK							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 271							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
33,95	0,0	21,03	21,03	13,65	6,64	3,32	0,37
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/025M/00	Názov predmetu: Stratégia logistiky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie pozostáva z troch častí: a) aktívna účasť na seminároch 20%, b) riešenie prípadovej štúdie 30%, c) seminárna práca a jej prezentácia 50%. Celkové hodnotenie sa riadi platným hodnotiacim systémom FM UK: A = 91-100%; B = 81-90%; C = 73-80%; D = 66-72%; E = 65-60%; F = 0-59% bodov.	
Výsledky vzdelávania: Logistika a riadenie dodávateľských reťazcov sú pre priemyselné podniky a pre obchodné organizácie dôležitým zdrojom získania konkurenčnej výhody. Predmet poukazuje na strategický potenciál logistiky a vysvetľuje koncepty na strategickej úrovni riadenia dodávateľských reťazcov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Pojem a úlohy logistiky. 2. Strategický manažment logistiky. 3. Proces vývoja logistickej stratégie. 4. Metódy vývoja logistickej stratégie. 5. Logistické služby. 6. Štíhla logistika. 7. Agilná logistika. 8. Logistika zohľadňujúca životné prostredie. 9. Inovácie a nové technológie v logistike. 10. Prípadová štúdia.	
Odporúčaná literatúra: [1] Prezentácie a materiály k seminárom distribuované online počas semestra. [2] COHEN, S., ROUSSEL, J. Strategic supply chain management [online]. New York: McGraw-Hill, 2004. Dostupné v databáze ebrary: http://site.ebrary.com/lib/uniba/docDetail.action?docID=10152874 [3] SIMCHI-LEVI, D., KAMINSKY, P., SIMCHI-LEVI, E. Managing the supply chain: the definitive guide for the business professional [online]. New York: McGraw-Hill, 2004. Dostupné v databáze ebrary: http://site.ebrary.com/lib/uniba/docDetail.action?docID=10070033 [4] LAMBERT, D. M., STOCK, J. R., ELLRAM, L. M. Logistika. 2. vyd. Brno: CP Books, 2005. [5] DUPAL, A., BREZINA, I. Logistika v manažmente podniku. Bratislava: Sprint, 2006. [6] DELFMANN, W., ALBERS, S. Supply chain management in the global context [online]. Cologne: Dept. of General Management, Business Planning and Logistics of the University of Cologne, 2000. Dostupné na internete: http://www.spl.uni-koeln.de/fileadmin/user/dokumente/forschung/arbeitsberichte/arbb-102.pdf	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/316M/16				Názov predmetu: Stratégia organizácie v IKT			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 38							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
92,11	0,0	7,89	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: PhDr. Peter Veselý, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/316M/20				Názov predmetu: Stratégia organizácie v IKT			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 80							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
93,75	0,0	2,5	1,25	2,5	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: PhDr. Peter Veselý, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KSP/063M/16				Názov predmetu: Stratégie a financovanie New Ventures			
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., 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: 116							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
26,72	0,0	35,34	20,69	7,76	4,31	3,45	1,72
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, doc. PhDr. Marian Holienka, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/059M/00	Názov predmetu: Systémy odmeňovania
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie pozostáva z práce na seminároch a skupinovej práce na celosemestrálnej prípadovej štúdii. Prípadovú štúdiu riešia študenti v tímoch a svoje riešenia prezentujú a odovzdávajú v písomnej podobe v 4 sledovaných etapách. Aktívna účasť na riešení úloh na seminároch (5%) Prípadová štúdia (skupinovú) 65% (viď hodnotenie jednotlivých etáp): Tvorba stratégie (10%) Fáza 1 (15%) Fáza 2 (15%) Fáza 3 (15%) Hodnotenie tímovej spolupráce (10%) Záverečné hodnotenie: Písomná skúška (30%). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 70/30	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s o základmi tvorby systémov odmeňovania, mzdovými faktormi, metódami hodnotenia a oceňovania práce, so mzdovými systémami a ich formami. Postupy tvorby systému odmeňovania v organizácii sa aplikujú na prípadovej štúdii FastCat.	
Stručná osnova predmetu: Mzdový systém. Stratégia odmeňovania. Vnútna rovnováha. Vonkajšie prostredie. Formy odmeňovania. Vzťah odmeňovania a motivácie. Zamestnanecké výhody. Úloha odborov v tvorbe systému odmeňovania. Medzinárodné odmeňovanie.	
Odporúčaná literatúra:	

1. Newman, J., Gerhart, B., Milkovich, G. 2017. Compensation. 12th edition. New York : McGraw-Hill. https://alis.uniba.sk:8443/lib/item?id=chamo:638100&fromLocationLink=false&theme=Katalog 2. Milkovich, G., Gerhard, B. 2013. Cases in Compensation. 11th edition. ISBN 978-0-945601-00-5 3. Bajžíková, L., Fratričová, J. 2019. Základy personálneho manažmentu: Akademicko-praktický sprievodca v oblastiach manažmentu pracovných výkonov, pracovnej motivácie a odmeňovania. Bratislava: Univerzita Komenského. https://alis.uniba.sk:8443/lib/item?id=chamo:694002&fromLocationLink=false&theme=Katalog							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 331							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
37,46	0,0	38,07	16,31	4,53	2,11	0,6	0,91
Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 10.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/099M/12	Názov predmetu: Súčasný trendy v praxi manažmentu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 100% Spracovanie semestrálnej práce - prípadovej štúdie Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Poskytnúť študentom 4. a 5. ročníka FMUK možnosť nadobudnúť poznatky z oblasti súčasných trendov v praxi manažmentu na príklade spoločnosti Slovnaft, a.s.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. Podnikanie v rafinérskom odvetví – špecifiká a trendy. 2. Slovnaft a jeho odpoveď na odvetvové a globálne výzvy 3. Rafinéria I – Výzvy manažmentu vo výrobnnej spoločnosti 4. Rafinéria II – Riadenie výrobných procesov 5. Logistika Moderné manažovanie BOZP 6. Finančné riadenie spoločnosti I 7. Finančné riadenie spoločnosti II 8. Obchod 9. Maloobchod – Riadenie maloobchodu v čase krízy 10. Základné pravidlá hospodárskej súťaže 11. Čo je jednoduchšie, hovoriť ku zamestnancom alebo novinárom? O podobách a rozdieloch v internej a externej komunikácii v strategicky významnom podniku. 12. Riadenie ľudských zdrojov I – Personalistika vs Riadenie L'Z 13. Riadenie ľudských zdrojov II – Talent Manažment	
Odporúčaná literatúra: Firemné materiály spoločnosti Slovnaft a.s.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský a anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 533							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
85,74	0,0	6,94	2,25	1,69	0,75	2,44	0,19
Vyučujúci: prof. Ing. Ján Rudy, PhD., doc. Mgr. Jana Fratričová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 29.11.2017							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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

Odporúčaná literatúra:

Sources to Read:

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

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

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

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

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

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

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English language

Poznámky:

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

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

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

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

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

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 40

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

Vyučujúci: prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 12.04.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/080M/00	Názov predmetu: Znalostný 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., 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania: Cieľ predmetu: Láka ťa zážitkové učenie? Rozvoj nie len v oblasti informácií zo sveta manažovania a práce s ľuďmi, ale aj rozvoj tvojho vlastného EQ? Hľadáš predmet, ktorý bude okrem memorovania obsahovať predovšetkým množstvo zážitkového učenia v podobe replikovania situácií, ktoré bežne vo firmách nastávajú? Predmet Znalostný manažment bude obohatený o základné zručnosti koučovania manažéra. Na záver budete schopný uchopiť pracovný problém, pozrieť sa na neho ako nezainteresovaná strana a hľadať možnosti riešenia tejto problematiky. Budete vedieť či je potrebné ozdraviť firemnú kultúru alebo firemné postupy. Pod' a staň sa úspešným a schopným lídrom vďaka rozvoju znalostí a schopností na predmete Znalostný manažment a zároveň pomôž vo výskume! A nezabudni schopnosť správne komunikovať je dôležitá aj v bežnom živote ##	
Stručná osnova predmetu:	
Odporúčaná literatúra: Odporúčaná literatúra: 1. Chris Collison, Geoff Parcel: Knowledge Management, Computer Press, a.s., Brno 2005, ISBN 80-251-0760-4 2. Ralph H. Sprague, Jr., Barbara C. McNurlin: Informations systems Management in Practice, Prentice-Hall 1993 3. Vladimír Bureš: Znalostní manažment a proces jeho zavádění, Grada, Praha 2007, ISBN: 978-80-247-1978-8 4. Mikulecký, P., Lenharčík, I., Hynek, J.: Znalostní technologie II. Expertní systémy. 2. vydání, GAUDEAMUS, UHK Hradec Králové, 2002, ISBN 80-7041-904-0 5. Mikulecký, P., Hynek, J. (editoři): Znalostní management: Tvorba, organizace a využití znalostí. Intermedia 2/2000, GAUDEAMUS, UHK Hradec Králové, ISBN 80-7041-220-8	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 81							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
86,42	0,0	7,41	2,47	0,0	1,23	2,47	0,0
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., PhDr. Ing. Monika Dávideková, PhD., Mgr. Soňa Dávideková, MPH, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 11.02.2020							
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: 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 zvládnuť. 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: 33 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th><th>M</th></tr> <tr> <td>51,52</td><td>0,0</td><td>30,3</td><td>0,0</td><td>3,03</td><td>0,0</td><td>15,15</td><td>0,0</td></tr> </table>								A	ABS	B	C	D	E	FX	M	51,52	0,0	30,3	0,0	3,03	0,0	15,15	0,0
A	ABS	B	C	D	E	FX	M																
51,52	0,0	30,3	0,0	3,03	0,0	15,15	0,0																
Vyučujúci: Mgr. Lucia Kočíšová																							
Dátum poslednej zmeny: 13.02.2018																							
Schválil:																							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

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

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: 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: Účasť na prednáškach (max. 3 absencie) a powerpointová prezentácia 30% v skúškovom období: test 70% Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 30/70	
Výsledky vzdelávania: Cieľ predmetu: Získanie základných vedomostí o hlavných ázijských systémoch managementu. Úvod do komparatistiky systémov managementu. Analýza štruktúry a modelov managementu ázijských firiem s dôrazom na región Východnej Ázie.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvodná hodina 2. Komparatistika systémov managementu 3. Ázijský coaching ako štýl riadenia 4. Vplyv organizačnej kultúry na konkurencieschopnosť ázijských firiem 5. Manažment rôznorodosti vo vybraných ázijských systémoch managementu 6. Konkurencieschopnosť ázijských spoločností - porovnanie stratégií, ich silné a slabé stránky 7. Decision making v čínskych štátnych podnikoch 8. Motivácia zamestnancov vo vybraných ázijských spoločnostiach 9. Ázijský brand management I 10. Ázijský brand management II 11. Východoázijský model managementu rodinných firiem 12. Východoázijský model managementu konglomerátov 13. Globalizácia, centralizácia, transformácia	
Odporúčaná literatúra: Global Business Essentials: A Comparison between Western and Asian Decision Making Processes Wellington K. K. Chan: The Organizational Structure of the Traditional Chinese Firm and Its Modern Reform Geoffrey Boscoe, Justin G. Fung, Malini Vaidya: Evolving Organizational Structures and Talent Challenges in Asia Pacific Xiaochan Jia: Complex Organizational Structure and Chinese Firm Value	

Brad VanAuken: The State Of Brand Management In Asia
 Liman Man Wai Li, Takahiko Masuda, and Matthew J. Russell: Culture and decision-making: Investigating cultural variations in the East Asian and North American online decision-making processes
 Alexandre A. Bachkirov: Organizational Leadership Decision Making in Asia: The Chinese Ways

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
 slovenský

Poznámky:
 MS Teams kód 9g3ymax AR 2020/21

Hodnotenie predmetov
 Celkový počet hodnotených študentov: 44

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

Vyučujúci: PhDr. Peter Ondris, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 30.09.2020

Schválil: