

Informačné listy predmetov

OBSAH

1. 014AM/16 Daňovníctvo.....	2
2. 268M/16 Data Science and Big Data Analytics.....	4
3. 142AM/16 Diplomový projekt.....	6
4. 047AM/16 Diplomový seminár II.....	7
5. 010AM/16 E-biznis a e-marketing.....	8
6. 265AJM/15 Európska integrácia /AJ/.....	12
7. 033AM/16 Finančné účtovníctvo.....	14
8. 037AM/16 Finančný manažment.....	16
9. 053AM/16 Investičné analýzy.....	18
10. 009AM/16 Manažérske rozhodovanie.....	20
11. 057AM/16 Manažérske účtovníctvo.....	21
12. 029AM/16 Manažment informačných systémov.....	23
13. 032AM/16 Manažment projektov - manažérsky prístup.....	28
14. S06AM/16 Manažment - teória, metódy, aplikácie (štátnicový predmet).....	31
15. 016AM/16 Marketing manažment.....	32
16. 027AM/16 Marketingová analytika.....	33
17. 028AM/16 Marketingový výskum.....	36
18. 022AM/16 Medzinárodný manažment ľudských zdrojov.....	39
19. 030AM/16 Medzinárodný marketing.....	41
20. 086AM/16 Modelovanie ekonomických procesov.....	43
21. O5AM/16 Obhajoba diplomovej práce (štátnicový predmet).....	44
22. 300AM/16 Oceňovanie podnikov II.....	45
23. 039AM/16 Organizačné správanie.....	47
24. 150AB/17 Písanie vedeckých článkov.....	49
25. 043AM/16 Podnikateľská etika.....	54
26. 193AM/17 Praktické finančné trhy II.....	56
27. 160AM/16 Prax.....	58
28. 037AM/16 Strategické myslenie a stratégia.....	59
29. 032AM/16 Strategický manažment.....	60

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
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: 123

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
78,05	0,0	13,01	4,07	0,0	4,88	0,0	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 18.01.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
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: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Pre úspešné dokončenie predmetu by študenti mali mať základné matematické a štatistické vedomosti (postačujú jednoduché regresie, pravdepodobnosť a popisné štatistiky). Študenti by mali mať tiež vedomosť o skriptovacích jazykoch (alebo programovaní), napríklad Python, Java alebo R a základnú vedomosť databáz. Všetky prerekvizity budú obsiahnuté v materiáloch k Session 0 a dostupné pred začiatkom kurzu.	
Výsledky vzdelávania: Po dokončení tohto kurzu budú študenti schopní použiť analýzu dát na vytvorenie konkurenčnej výhody produktu alebo servisu. Mali by byť taktiež schopní aktívnej účasti na analytických projektoch a projektoch zameraných na Big Data. Študenti budú schopní rozpoznať výzvy ktorým biznis čelí a definovať ich ako analytický problém. Naučia sa aplikovať vhodné techniky a nástroje pre analýzu dát a vytvorenie modelov ktoré odhalia a objasnia kľúčové oblasti problému. Študenti sa naučia vytvárať výstupy na základe spracovaných dát a komunikovať ich s ostatnými zúčastnenými.	
Stručná osnova predmetu: Session 1: Úvod do analýzy Big Data Session 2: Životný cyklus Data Analytics Session 3: Metódy Data Analytics Session 4: Pokročilá Data Analytics Session 5: Technológie a nástroje Session 6: Výstupy a vizualizácia dát	
Odporúčaná literatúra: 1. EMC Education Services. Data Science and Big Data Analytics: Discovering, Analyzing, Visualizing and Presenting Data. John Wiley & Sons, 2015. 2. Miller, Thomas W. Marketing Data Science, Modeling Techniques in Predictive Analytics with R and Python. Pearson Education, Inc. 2015 3. Lewis, Nigel Da Costa. Deep learning made easy with R: A gentle introduction for data science. AusCov, 2016. 4. Chinnamgari, Sunil Kumar. R Machine Learning Projects. Packt Publishing, 2019.	

5. Menshawy, Ahmed. Deep Learning By Example: A hands-on guide to implementing advanced machine learning algorithms and neural networks. Packt Publishing, 2018.
6. Provost, Foster, and Tom Fawcett. Data Science for Business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking. " O'Reilly Media, Inc.", 2013.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 23

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
39,13	0,0	4,35	21,74	21,74	4,35	4,35	4,35

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

Dátum poslednej zmeny: 08.10.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KMk/142AM/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: 5							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
60,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Ing. Ján Papula, PhD., doc. Ing. Milan Fekete, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD., doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., doc. Mgr. Lucia Kohnová, PhD., Mgr. Peter Marcin, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD., Mgr. Martina Drahošová, PhD., prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., doc. PhDr. Lukáš Copuš, PhD., doc. Mgr. Jana Fratričová, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD., doc. Mgr. Emília Charfaoui, CSc., Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD., Mgr. Michaela Poláková, PhD., prof. PhDr. Anna Remišová, CSc., prof. Ing. Ján Rudy, PhD., doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD., doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD., doc. Ing. Daniela Špírková, PhD., doc. Mgr. Emil Wojčák, PhD., doc. Ing. Daniela Zemanovičová, CSc., doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/047AM/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: 5							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
60,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	20,0	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/010AM/16	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.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. The student will prepare a presentation on the assigned topic from e-business, e-marketing or e-commerce in general. (This must not be any advertising presentation on software commercial product or company). I recommend that the presentation is to be done in two-or three-student team. Presentation will be on the assigned topic, or you can send me a proposal with a short outline of the proposed presentation for approval. The presentation must be presented in front of the whole class during the semester (and submitted to me in advance in electronic form). The length of presentation in the case of a two-student team should be about 25 minutes, the team consisting of three students for about 35 minutes. The presentation must be prepared and realized during the semester on assigned dates. (at seminars). 2. Web site for an e-shop or upon agreement (not requested programming skills, you can use for studying purposes wix.com etc.) Student will be assigned into international teams of approximately 3-4 students. You will be preparing and organizing the whole e-business through the course from the scratch through all related and necessary parts, you will start by studying the fundamentals of ebusiness, gradually developing your analytical and practical skills. The web site will be presented at the end of the semester (at seminars) in its final form 3. Midterm Test / Midterm presentation of your web site project (at seminars)	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: 1) Introduction to E-marketing What is e-marketing? New rules for the digital economy? E-marketing challenges and opportunities Comparing Web to other marketing channels 2) Internet User Characteristics and Behavior Customers in the 21st century Market segmentation E-marketing segments Consumer navigation behavior Country profiles	

Internet marketing research

3) Marketing Knowledge

Marketing databases and data warehouses

Data analysis and distribution

Online privacy

4) E-Marketing Strategies

B2C

B2B

B2B2C

G2B

5) Product and Pricing Online

Creating customer value online

E-marketing solutions based on new technology

Enablers, application service providers, VSPs (Vertical service providers)

Electronic data interchange,

Collaboration platforms,

E-learning

Multimedia, convergence

Branding strategies

Taxonomy for Internet products Is the Internet an efficient market?

E-business pricing models: segmented pricing, negotiation

Online pricing strategies

6) Distribution

Distribution functions

Distribution channels online

Disintermediation and Reintermediation

Length of distribution channels

Power relationships among channel players

E-commerce models

Content sponsorship

Direct selling

Intermediary models: the brokerage model, agent models, e-tailing Logistics

7) E-Marketing Communication

Integrated marketing communication online

IMC e-business models

Content publishing

Community building

Online advertising

Online sales promotions

Direct e-mail and viral marketing

The net as a medium, including measurement metrics

8) Customer Relationship Management

Building Customer Relationships

CRM Customization Tools: e-mail, Web site customization, Intranet, Extranet, data mining,

Real-time profiling, agents, Web log analysis, cookies, collaborative filtering

Building Partnerships through Community

Guarding customer privacy

9) The Internet Marketing Plan A Multistep E-Marketing Plan

The Venture Capital E-Marketing Plan

Conducting a situation analysis
 Designing e-marketing mix strategies
 Creating an action plan
 Budgeting for e-marketing
 Evaluating the plan
 Selling the Plan
 10) Leveraging Technology
 Product Technologies
 Building a Web Site: Multimedia, Database Marketing, Computer Viruses, Denial of Service Attacks
 Price Technologies: Shopping Agents
 Distribution Technologies: Bandwidth and Market Opportunities, Content Filtering, Transaction Security
 IMC Technologies: Site Rating Services, Proxy Servers and Cache, Leveraging Search Engines
 Work, Privacy, Log Files, and Cookies, Rotating and Targeted Ad, Banners Relationship Marketing Technologies
 11) Applications: Success and failure?
 Amazon.com and B2C
 eBay and classified sales
 Yahoo
 E-trading
 12) Online Ethics and Law
 Codes of Conduct
 Privacy: Background in Law and Ethics
 Privacy: Digital Concepts
 Copyright, Patent and Trademark Law
 Hyperlinks, Metatags, and Framing
 Cyber-Squatting, Domain Names and Site Development Issues
 Expression and Defamation
 Spam
 Jurisdiction and other pending problems

Odporúčaná literatúra:

1. Kenneth Laudon, Carol Guercio Traver: E-Commerce 2013 Business, Technology, Society(9th Edition) , Prentice Hall; 9 edition, 2013, ISBN-10: 0273-77935-4
2. Fellenstein, C., Wood, R.: Exploring E-commerce, Global E-business, and Esocieties, Prentice Hall PTR, 2000
3. Turban E., Leidner D., McLean E., Wetherbe J., Information Technology for Management: Transforming Organizations in the Digital Economy, 5th Edition, Wiley, New York 2006. ISBN: 978-0-471-70522-2
4. Knight P., Vysoce efektivní marketingový plán, Grada, Praha 2007, ISBN 97880-247-1999-3

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 257							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
81,32	0,0	14,79	1,56	0,39	0,0	1,95	0,0
Vyučujúci: Mgr. Andrea Studeničová							
Dátum poslednej zmeny: 09.09.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
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: 126

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
61,11	0,0	29,37	8,73	0,0	0,79	0,0	0,0

Vyučujúci: prof. Ing. Dušan Šoltés, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 25.08.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/033AM/16	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): Základy účtovníctva	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Kvízy - 20% Prípadová štúdia - 10% Domáca úloha - 20% Finálna skúška - 50% Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50%/50%	
Výsledky vzdelávania: Predmet finančného účtovníctva kladie dôraz na reportingovú funkciu účtovníctva pre externých používateľov. Témy zahŕňajú zostavenie účtovnej závierky - výkaz ziskov a strát, súvaha a peňažné toky, účtovný informačný systém, princípy a zásady podvojného účtovníctva, vykazovanie a analýza majetku, záväzkov a vlastného imania podľa štandardov IFRS a US GAAP.	
Stručná osnova predmetu: Účtovníctvo ako informačný systém, Koncepty účtovacieho cyklu a účtovníctva časového rozlíšenia, Operácie s tovarmi, účtovanie výnosov a nákladov, zobrazenie základných položiek v účtovníctve, vo výkazoch a poznámkach ako sú: krátkodobý a dlhodobý majetok, záväzky a vlastné zdroje. Príprava účtovných závierok, Výkaz ziskov a strát, Súvaha a výkaz peňažných tokov, Výkaz zmien vlastného imania, analýza aktív, pasív a vlastného imania.	
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] www.ifrs.org, www.fasb.org. [3] Stickney, Weil – Financial Accounting and Analysis – theory, analysis and interpretations, 13th edition, 2010 [4] Kimmel, Weygandt, Kieso - Financial Accounting - Tools for Business decision making, WileyPLUS, 9th Edition, 2018	

[5] Saxunová D .: Financial Accounting -financial statements - theory, and problems. Practicum, Bratislava: Wolters Kluwer, Praha, (2014).
 [6]. Schröder, Clark a Cathey -Financial Accounting - Financial Accounting Theory and Analysis, 10. vydanie John Wiley and Sons. 978-0-470-64628-1
 [7] Jerry J. Weygandt, Paul D. Kimmel, Donald E. Kieso- Financial and managerial Accounting WileyPLUS, latest edition

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 95

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
13,68	0,0	16,84	18,95	15,79	17,89	16,84	0,0

Vyučujúci: Mgr. Lenka Papíková, PhD., Ing. Yuanxin Li, PhD., prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 16.09.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/037AM/16	Názov predmetu: Finančný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie z cvičení bude pozostávať aj z hodnotenie aktivity študenta na hodine. Spolu je možné získať maximálne 30 bodov z cvičení. Účasť na cvičeniach je povinná. Záverečné hodnotenie bude vo forme písomného záverečného testu za 70 bodov. 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. Kredity nebudú udelené študentovi, ktorý z príbežného hodnotenia z cvičení získa menej ako 21 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Predmet by mal poskytnúť študentom pokročilé poznatky z problematiky finančného manažmentu podnikov a prostredia, v ktorom pôsobia. Študent by mal byť schopný realizovať ocenenie firmy a pochopiť využitie finančnej analýzy vo finančnom manažmente. Pochopenie problematik kapitálových štruktúr, dividendovej politiky a lízingového financovania bude taktiež dôležitou kompetenciou, ktorú študent počas semestra nadobudne: úvod do teórie a praxe kapitálových štruktúr, podnikateľské riziko a faktory, ktoré ho ovplyvňujú, finančné riziko, základné teórie kapitálových štruktúr, optimálna kapitálová štruktúra; dividendová politika: teórie preferencií investorov, reziduálny dividendový model, praktická dividendová politika a faktory, ktoré ju ovplyvňujú; finančné deriváty a ich základné aspekty. Oceňovanie podnikov a hodnotovo založený manažment sú ucelenými časťami predmetu finančný manažment, ktoré budú poukazovať na výpočet hodnoty podniku, ako subjektu pokračujúcej hodnoty a na riadenie jeho hodnoty: výpočet WACC, určenie obdobia pre stanovenie rastovej periódy, Gordonov model, výpočet fundamentálnej hodnoty vlastného imania; riadenie hodnoty firmy. Bankroty, reorganizácie a likvidácie firiem a Corporate Governance budú preberané ako nevyhnutná súčasť podnikania firiem v súčasnosti. Prednáška a cvičenia sa tu budú zaoberať možnosťami ako čo najefektívnejšie zrealizovať uvedené procesy (bankrot, reorganizácia,	

likvidácia) a ako nastaviť Corporate Governance v podniku tak aby prispieval k maximalizácii hodnoty firmy pre akcionárov, avšak pri zachovaní všetkých aspektov zodpovednosti za trvalo udržateľný rozvoj spoločnosti.

Po úspešnom absolvovaní predmetu by mal študent rozumieť analýze finančného prostredia, mal by byť schopný realizovať pokročilú finančnú analýzu podniku a mal by byť taktiež schopný oceniť firmu ako celok. Študent by mal porozumieť manažmentu hodnoty podniku. Teória kapitálových štruktúr, IPO, Corporate Governance budú ďalšími dôležitými kompetenciami, ktoré študent nadobudne po absolvovaní predmetu Finančný manažment.

Po absolvovaní predmetu by mal byť študent pripravený pracovať vo finančnej oblasti, ako finančný analytik na pozíciách, ktoré vyžadujú pokročilé znalosti z oblasti analýzy finančných trhov, finančnej analýzy podnikov a riadenia ich hodnoty, finančnej analýzy projektov a manažérského aspektu riadenia firiem.

Stručná osnova predmetu:

1. Manažment globálnych finančných operácií.
2. Finančné deriváty a ich využitie vo finančnom manažmente.
3. Strategický finančný manažment v globálnom prostredí.
4. Teória kapitálových štruktúr.
5. Dividendová politika.
6. Lízingové financovanie.
7. Oceňovanie podnikov.
8. Hodnotovo založený manažment (Value Based Management).
9. Úvodné ponuky cenných papierov (IPO).
10. Bankroty, reorganizácie a likvidácie firiem.
11. Správa a riadenie firiem (Corporate Governance)

Odporúčaná literatúra:

1. Brigham, E. F. – Ehrhardt, M. C.: Financial Management, 14th Edition, Thomson, South-Western, 2014. ISBN-13: 978-1-111-97221-9.
2. Brealey, R. A. – Myers, S. C. – Allen, F.: Principles of Corporate Finance, 9th Edition, McGrawHill, 2010. ISBN: 978-007-126327-6.
3. Komorník J. – Majerčáková D. – Husovská M.: Finančný manažment, Kartprint 2011.
4. Vozár M. – Komorník J.: Oceňovanie podnikov, Kartprint 2012
5. Databáza Bloomberg Professional
6. www.bloomberg.com, www.reuters.com

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 194

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
42,27	0,0	25,26	8,76	8,25	12,89	2,58	0,0

Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 10.05.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KKM/053AM/16	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: 3.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Finančný manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky na absolvovanie predmetu sú: - návšteva prednášok a konzultačných stretnutí, samostatná práca študenta počas semestra, aktívne sledovanie vývoja, zmien a udalostí na vybraných finančných trhoch. Podmienkou na absolvovanie predmetu je získanie minimálne 60% z celkového hodnotenia. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 30% seminár / 70 % skúška	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je prehĺbenie znalostí študentov o problematike a rizikách finančných trhov a o niektorých produktoch, s ktorými sa na týchto trhoch obchoduje; ďalej osvojenie si základných metód a techník investovania do cenných papierov.	
Stručná osnova predmetu: Medzinárodný finančný manažment: parita kúpnej sily, parita nekrytej úrokovej miery, termínová parita, parita krytej úrokovej miery, výnos investície v zahraničí, efekt globálnej diverzifikácie, príklady globálnych investičných stratégií, korelácie finančných trhov Akvizície a fúzie: niektoré dôvody fúzií a akvizícií, taktika a obrana pri fúziách a akvizíciách, formy kombinácií podnikov, štruktúra ponuky na prevzatie, úlohy investičných bánk pri fúziách a akvizíciách Finančné riziká: typy finančných rizík, hodnota v riziku (VaR), meranie úrokových rizík pomocou VaR, mapovanie úrokových pozícií, VaR a diverzifikačné efekty, VaR investičných portfólií, vplyv projektov na VaR, peňažný tok v riziku (CaR) Finančné deriváty a zaistovanie rizík: základné typy finančných derivátov, štandardizácia finančných derivátov, long- a short-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“							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 115							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
70,43	0,0	16,52	6,09	0,87	6,09	0,0	0,0
Vyučujúci: prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., Ing. Vladimír Valach, PhD., CFA, MBA, doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 08.04.2022							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KSP/009AM/16				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: I., II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 161							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
35,4	0,0	36,65	18,01	8,07	1,24	0,62	0,0
Vyučujúci: Mgr. Peter Gál, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2022							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/057AM/16	Názov predmetu: Manažérske účtovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Nákladové účtovníctvo	
Podmienky na absolvovanie predmetu: test 1- 10% test 2- 10% Critical thinking -15% test 3 (midterm)-15% final test - 50% Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50%/50%	
Výsledky vzdelávania: Študenti po absolvovaní predmetu získajú znalosti a základné zručnosti v súvislosti s nákladmi.. Študenti pochopia úlohu nákladového účtovníctva ako manažérskeho nástroja pre obchodnú stratégiu, plánovanie a kontrolu. Študenti budú schopní pripraviť rozpočty a analyzovať odchýlky, analyzovať výsledky spoločnosti, ktoré používajú metodiku bilančných bodov. Tento kurz by mal poskytnúť študentom koncepty a nástroje potrebné na výpočet, interpretáciu a analýzu informácií o nákladoch pre rozhodovanie.	
Stručná osnova predmetu: Po ukončení tohto kurzu by študent mal byť schopný riešiť prípadové štúdie o nasledujúcich témach: 1. Náklady v spoločnosti, analýza nákladov, objemu, zisku, zlomok a hotovostného zlomu, stupeň operačnej, finančnej a kombinovanej analýzy pákového efektu a citlivosti. 2. Určenie nákladových funkcií pomocou viacerých metód a následné vyhodnotenie funkcií. 3. Príslušné príjmy a náklady na manažérsky rozhodovací proces. 4. Účtovanie nákladov na pracovné miesto podľa skutočného, bežného a štandardného stanovovania nákladov, prístupu založeného na činnostiach v nákladovom systéme. 5. Variabilné a absorpčné náklady 6. Prevádzkové a finančné rozpočty, statický a flexibilný rozpočet. 7. Cenové rozdiely a finančné a nefinančné opatrenia kvality a času.	

8. Analýza ziskovosti zákazníka a analýza rozptylu predaja. 9. Analýza výsledkov spoločnosti pomocou bilančnej karty Balance 10. Prevodné ceny.							
Odporúčaná literatúra: [1] Horngren, Charles T. et al.: Cost accounting a managerial emphasis- Prenhall 2018 [2] Drury, Colin: Management Accounting for Business 11th edition. South-Western Cengage Learning 2021 [3] Garrison R.H., Noreen E.W., Brewer P.C.: Managerial accounting McGraw-Hill Irwin, 13th edition, New York, 2020							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 105							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
28,57	0,0	24,76	25,71	10,48	8,57	1,9	0,0
Vyučujúci: prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 01.09.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/029AM/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: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): 1. COURSE DESCRIPTION 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. 2. 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. 3. 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.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 7. 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. 8. 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.

9. AVAILABILITY OF THE TEACHER

I will usually be in my room half an hour before class begins. In addition, office hours will take place at least once per week and I can also make myself available at other times by appointment. Other students can communicate via e-mail.

12. 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

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
- Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 10. 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;
- 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 .
- 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.

11. 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.

Výsledky vzdelávania:

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.

Stručná osnova predmetu:

4. 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, DATA ANALYTICS, INTERNET OF THINGS

Lecture 11 INFORMATION SYSTEMS FOR THE ENTERPRISE,

Lecture 12 SECURITY & ETHICAL CHALLENGES

FINAL EXAM

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.

Odporúčaná literatúra:

5. 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

6. Other REFERENCES

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
ENGLISH LANGUAGE

Poznámky:
ENGLISH LANGUAGE

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov: 132

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
55,3	0,0	28,79	13,64	0,76	0,0	1,52	0,0

Vyučujúci: Ing. Marián Mikolášik

Dátum poslednej zmeny: 24.01.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/032AM/16	Názov predmetu: Manažment projektov - manažérsky prístup
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: Total 100% grade of the course consists of three parts: active participation, term paper with presentation and tests. Term paper usually has two parts : the theoretical part at least five or six pages of text or, alternatively, instead of writing a paper, you can prepare a presentation for minimum 15 minutes - that is minimum 17 slides, is to be submitted within the specified deadline (the exact date will be specified after the beginning of lectures, if it is in the form of presentation, then it must be presented in class) in electronic form in MS Word, MS Excel, Mindjet and MS Project on a professional level of processing with complete citations, And the practical part: the theoretical part has to be illustrated by a practical example. Both parts can be intertwined into one logical document. If the term paper is being prepared by a team it must be of course longer, depending on the number of the team members. Term paper – and/or presentation 40 percent: Active participation in the seminars: tests (during the classes in form of several open tests during the semester or one final closed test) of the total up to 40% of the value of the grade and participation is 20 percent of the grade Instead of active participation it is not possible to make a substitute work. Late submission of the term paper can be compensated by a longer term paper and/or longer presentation of the paper in PowerPoint in class. Alternative to the abovementioned conditions is a team project (up to 4 or 5 students). Project and defense of the project is then max 40 points and test 40 points, participation 20 points . Team project must be at least 25 pages long with detailed output from MS Project and Mindjet (output from equivalent open-source software is also accepted). The mentioned test is a comprehensive test (similar to PMP certification tests). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/20/40	
Výsledky vzdelávania: This course is aimed to give the student a deep knowledge of the problems involved with projects and will examine various methods and techniques used in project management.	

The course addresses project management from a managerial perspective rather than a technical perspective. We will address the basic nature of managing all types of projects—public, business, engineering, information systems, and so on—as well as the specific techniques and insights required to carry out this unique way of getting things done. We intend to deal with the problems of selecting projects, initiating them, and operating and controlling them. We intend to discuss the demands made on the project manager and the nature of the manager's interaction with the rest of the parent organization. The course wants to cover the difficult problems associated with conducting a project using people and organizations that represent different cultures and may be separated by considerable distances. Finally, we also will cover the issues arising when the decision is made to terminate a project.

Stručná osnova predmetu:

Project Management – The Basics / Seminar – Introduction to MS Project
The Project Stakeholders / Seminar – Stakeholder Analysis
Project Management Environment / Seminar – The Project Feasibility
Project Planning and Project Scheduling / Seminar – The Project Scheduling
Estimating, Budgeting and Cost Control / Seminar – The Project Budget
Project Resources Planning / Seminar – The Project Resource Planning
Project Organization / Seminar – The Project Team
Project Control - The Control Process / Seminar – The Earned Value Analysis
Project Control - The Monitoring / Seminar – The Project Risk Analysis and Identification
Project Execution / Seminar – The Project Execution
Project Communications / Seminar – The Project Communication Plan
Human Factors in Project Management / Seminar – The Project Conflicts Management

Odporúčaná literatúra:

Obligatory Literature:

Meredith and Mantel, Project Management: A Managerial Approach, 6th ed., Wiley and Sons, 2005, ISBN 0471715379

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE: A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide) – Fourth

Edition. An American National Standard ANSI/PMI 99-001-2008, ISBN 978-1-933890-51-7

Additional Literature:

KATHY SCHWALBE: Information Technology Project Management, Course Technology, Fifth edition, 2008, ISBN 978-0324665215

Sharepointportal of the Faculty of Management („STUDIJNE MATERIALLY“):

<https://fmuniba.sharepoint.com/materialy/Project%20Management/Forms/AllItems.aspx>
or briefly

<https://fmuniba.sharepoint.com/materialy/>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

The students will be expected to read the assigned texts before the class begins in English language! This will allow for the efficient presentation of project management theory and simultaneous development of a case-study projects also in English language. All assignments, tests and presentations must be in English language.

Poznámky:

Conditions for the evaluation of the performance.

The expanding capabilities of information technology increase their complexity. Finishing the project on time and at the same time within the planned financial budget and ensure the quality means for today's project managers a great professional challenge. Often they work under

pressure and strict deadlines and they must perform tasks with limited human and financial resources.

Therefore project leader should be able to answer the following types of questions:

- What capacities are needed to carry out the project?
- How to create a realistic timetable?
- What risks are associated with the project and how to effectively eliminate them?
- How clearly a project manager needs to state certain task and how to ensure quality output?
- What kind of resources will be needed in various stages of the project?
- What tools and techniques are to be used in carrying out various activities? Where you can have freedom and where it is necessary to standardize?
- How to monitor progress of the project costs and execution of tasks and what mechanisms should be introduced for “Change Management”?
- And more

Each student demonstrates the ability to make a corresponding analysis of the objectives of the project and answer the above questions.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 172

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
76,16	0,0	22,67	1,16	0,0	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Mgr. Martina Halás Vančová, PhD., Mgr. Sharon Cherono Murgor

Dátum poslednej zmeny: 06.10.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU ŠTÁTNEJ SKÚŠKY

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/S06AM/16	Názov predmetu: Manažment - teória, metódy, aplikácie
Počet kreditov: 1	
Stupeň štúdia: II.	
Obsahová náplň štátnicového predmetu:	
Dátum poslednej zmeny:	
Schválil:	

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KMk/016AM/16				Názov predmetu: Marketing 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): -							
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Váha priebežného / záverečného hodnotenia: -							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky: -							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 165							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
70,3	0,0	19,39	4,24	0,0	1,82	4,24	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., Mgr. Lukáš Val'ko, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 19.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
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 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.	
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: 82

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
98,78	0,0	1,22	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: Mgr. Lucia Vilčeková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 08.09.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/028AM/16	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.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Course description: 1. Introduction To Marketing Research • Role of marketing research in marketing • Definition • Scope • Significance • Limitations • Obstacles in acceptance • Ethics in marketing research • Difference between Marketing Research and Market Research • Introduction to Market Research • Types of Research 2. Research process • Introduction • Identification of Management Problem • Formulation of Research Problem • Steps in Research Process • Common Research Errors • Evaluation and Control of the Marketing Research Efforts 3. Research designs • Introduction • Definition of Research Design • Types of Research Design • Exploratory Research • Conclusive Research 4. Sources and collection of Secondary Data	

- Introduction
- Types of data
- Secondary data
- Advantages & Limitations of secondary data
- Internal Sources
- External Sources
- 5. Sources and collection of Primary Data
 - Primary Data
 - Advantages & Limitations of primary data
 - Methods of Collecting Primary Data
 - Survey method of Primary Data Collection
 - Questionnaire Design
 - Observation Method
 - Consumer Panel Method
 - Experimental Research Method
 - Others
- 6. Scaling Techniques
 - Concept of Attitude
 - Types of Scales
 - Criterion for good scale
 - General Procedure in Attitude Scaling
 - Selected Attitude Scales
 - Limitations of Attitude Scale
- 7. Sampling Design
 - Some basic Terms
 - Advantages of Sampling
 - Disadvantages of Sampling
 - The sampling process
 - Sampling methods
 - Characteristics of Good Sampling Design
 - sampling and non sampling errors
 - Sample size calculation (Numerical expected)
 - Practical considerations in determining sample size.
- 8. Data analysis
 - Data Processing
 - Data Analysis
 - Univariate analysis
 - Bivariate analysis
 - Multivariate analysis
 - Simple and cross tabulation
 - Simple and multiple regression
 - Factor analysis.
- 9. Hypothesis testing
 - Introduction
 - What is Hypothesis
 - Types of tests and test selection
 - One sample test
 - Two-Independent Sample tests
 - Two-related sample tests

- Chi-square test
 - Tests for large and small samples (Numerical expected)
10. Report writing
- Purpose of Report
 - Classification of Report
 - Functions of Research Report
 - Types of Reports
 - Principles of report writing
 - Fundamentals of good reports
11. Applications of Marketing Research
- Cluster analysis for identifying market segments
 - Conjoint analysis for Product research
 - Multi-dimensional scaling
 - Discriminant analysis and perceptual mapping for Brand positioning research
 - Advertising research
 - Market and Sales Analysis
 - Sales forecasting – objective and subjective methods
 - Test marketing
 - Multidimensional scaling - positioning research
12. Setting up & Implementation of Marketing Research Project
- Introduction
 - Steps in formulating Market Research Projects

Odporúčaná literatúra:

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 214

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
82,71	0,0	12,15	3,27	0,93	0,47	0,47	0,0

Vyučujúci: Mgr. Lucia Vilčeková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 27.01.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/022AM/16	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: Tímová prezentácia (30%), Aktívna účasť na riešení úloh na seminároch (20%) Záverečné hodnotenie: Písomná skúška (50%) Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s problematikou manažmentu ľudských zdrojov v nadnárodných organizáciách, ktoré pôsobia v medzinárodnom prostredí s dôrazom na pochopenie rozdielov v zamestnaneckých vzťahoch v jednotlivých krajinách.	
Stručná osnova predmetu: 1. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov – úvod do kurzu 2. Úvod do európskeho MLZ. 3. Funkcie medzinárodného MLZ (nábor, výber, vzdelávanie, rozvoj a kariéra, motivácia a odmeňovanie medzinárodného pracovníka). 4. Priemyselné vzťahy v Európe. 5. Participácia zamestnancov a zamestnanecké rady. Formy flexibilnej organizácie práce. 6. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Veľkej Británii. 7. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Nemecku. 8. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Francúzsku. 9. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Taliansku. 10. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Strednej Európe (Česká Republika, Slovensko, Slovinsko, Maďarsko, Poľsko) a ich porovnanie. 11. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Ázii (Južná Kórea, Japonsko, Čína, Singapur) a ich porovnanie. 12. Prezentácie študentov.	
Odporúčaná literatúra:	

Bajžíková, Ľ. - Búciová, Z. 2012. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov. UK. Scholz Ch. – Bóhm, H.: Human Resource Management in Europe (Comparative analysis and contextual understanding). Routledge. 2008. Hollinshead, G. – Leat, M.: Human Resource Management (an international and comparative perspective on the employment relationship). Pitman Publishing. 1994. Kirkbride, P.S.: Human Resource Management in Europe (perspectives for the 1990's). Routledge. 1994. Sparrow, P. – Hiltrop, J.M. European Human Resource Management in Transition. Prentice Hall. 1994. Journal of HRM, Bratislava, Faculty of Management, Slovakia 2008-2018.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 14							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
71,43	0,0	21,43	0,0	0,0	0,0	7,14	0,0
Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., Mgr. Zuzana Kirchmayer, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 13.02.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/030AM/16	Názov predmetu: Medzinárodný 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: 3.	
Stupeň štúdia: I., 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. 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] CZINKOTA, M. R. – RONKAINEN, I. A. – ZVOBGO, G. 2011. International Marketing. Hampshire: South-Western Cengage Learning, 2011. ISBN 9781408009239 [2] CATEORA, P. R. – GRAHAM, J. L. 2007. International Marketing. McGraw-Hill: Irwin Professional, 2007. ISBN 978-0071105941 [3] USUNIER, J. C. – LEE, J. A. 2005. Marketing Across Cultures. Harlow: Pearson Education Limited, 2005. ISBN 9780273685296 [4] HOLLENSEN, S. 2007. Global Marketing: A Decision-Orientated Approach. Harlow: Financial Times Press, 2007. ISBN 9780273706786 [5] Časopisy Marketing Science and Inspirations and Marketing&Media. Vzhľadom na nové a dostupné zdroje bude doplňujúca literatúra priebežne aktualizovaná.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 119							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
31,09	0,0	35,29	18,49	9,24	4,2	1,68	0,0
Vyučujúci: Mgr. František Olšavský, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Mgr. Lukáš Val'ko, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 08.09.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KEF/086AM/16				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:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 36							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
41,67	0,0	22,22	8,33	5,56	8,33	13,89	0,0
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Ing. Rastislav Kulhánek, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 30.07.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU ŠTÁTNEJ SKÚŠKY

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM/O5AM/16	Názov predmetu: Obhajoba diplomovej práce
Počet kreditov: 4	
Stupeň štúdia: II.	
Obsahová náplň štátnicového predmetu:	
Dátum poslednej zmeny:	
Schválil:	

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
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: 93

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
74,19	0,0	10,75	11,83	3,23	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 08.10.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/039AM/16	Názov predmetu: Organizačné správanie
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: 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:

Anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 98

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
22,45	0,0	18,37	24,49	14,29	11,22	9,18	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 14.10.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
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:	
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-press, 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

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/043AM/16	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: 75% priebežné hodnotenie + 25% záverečný písomný test Priebežné hodnotenie (max. 75 points) sa uzatvára počas semestra a obsahuje: - Účasť na seminároch a plnenie úloh zadaných každý týždeň. V prípade, že úloha nebude splnená v danom týždni, nasleduje zrážka 5 bodov za každú nesplnenú úlohu. - Tri písomné úlohy/prezentácie počas semestra, každá za 25 bodov = 75 bodov súhrnne. Aj pre túto časť hodnotenia platí, že v prípade, že úloha nebude splnená v danom týždni, nasleduje zrážka 5 bodov za každú nesplnenú úlohu. 25% záverečný písomný test - Minimálny počet bodov pre absolvovanie tejto skúšky je 10 bodov (z 25 bodov celkovo). Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 bodov, na získanie hodnotenia B minimálne 81 bodov, na hodnotenie C minimálne 73 bodov, na hodnotenie D minimálne 66 bodov a na hodnotenie E minimálne 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 75/25 Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 75/25	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s podnikateľskou etikou ako akademickou disciplínou. Osvoja si teóriu podnikateľskej etiky a naučia sa ju aplikovať pomocou prípadových štúdií a riešenia etických dilem. Zároveň získajú zručnosti a poznatky ako úspešne implementovať podnikateľskú etiku a realizovať manažment etiky v organizačnej praxi.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do štúdia podnikateľskej etiky. Etika a morálka. Etické rozhodovanie. Rozdiel medzi etikou a zákonom. 2. Čo je „podnikateľská etika“? Rozsah a predmet PE. Ekonomická a etická racionalita. Zisk vs. Dobro. Prieniky medzi etikou a ekonomikou. 3. Čo je „manažérska etika“? Manažment ako profesia. Práca s ľuďmi - etické princípy v manažérskej práci. Manažérska prísaha. Situačné faktory, ktoré ovplyvňujú etický rozhodovací proces. 4. Etické vedenie ľudí. Vplyv vedúcich pracovníkov na ich pracovné prostredie. Výhody etického	

- vedenia ľudí pre spoločnosti. Ako hodnotiť etické vedenie ľudí v spoločnostiach. Tón zhora.
5. Spoločenská zodpovednosť podnikov. Pyramída CSR - model A. B. Carrolla. Etika zodpovednosti ako základ pre SZP. Firma ako subjekt zodpovednosti. Teória stakeholderov.
6. Etika v riadení ľudských zdrojov. Transparentnosť, spravodlivosť, objektívnosť a starostlivosť o blaho ako základné štandardy v oblasti riadenia ľudských zdrojov.
7. Etika v sektore služieb. Dynamika etiky v službách. Špeciálne vlastnosti služieb a súvisiace morálne riziká. Vzťah medzi podnikom a zákazníkom. Etické zásady voči zákazníkom. Najčastejšie neetické praktiky voči zákazníkom.
8. Etické aspekty korupcie. Whistleblowing - Problematika nahlásovania neetických praktík v podniku. Čo je to korupcia a typy korupcie. Ako bojovať proti korupcii. Je ťažké nahlásiť prípady korupcie?
9. Program etiky a compliance v spoločnosti - časť 1: Etický kódex. Etický program. Prvky inštitucionalizácie etiky v spoločnosti. Čo je etický kódex? Ako vytvoriť etický kódex?
10. Program etiky a compliance v spoločnosti - časť 2: Prvky riadenia etiky v spoločnosti. Prakticky zameraný seminár o budovaní etického programu. Konkrétne nástroje a oblasti fungovania podniku, ktoré by ste ako manažér mali brať do úvahy pri implementácii etiky vo vašej spoločnosti.
11. Ako funguje etický a compliance program v organizácii - praktické aspekty a príklady z podnikovej praxe.
12. Etické problémy súčasnej spoločnosti. Globálny pakt OSN a spôsoby, ako môžeme zmeniť náš životný štýl tak, aby riešil súčasné globálne problémy.
13. Závery, zhrnutie. Hodnotenie priebehu kurzu a výsledky priebežného hodnotenia študentov.

Odporúčaná literatúra:

Remišová Anna (2011). Vademecum of Business Ethics. Bratislava: Sprint2.

Stanwick Peter and Stanwick Sarah (2014). Understanding Business Ethics. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Crane Andrew and Matten, Dirk (2016). 4th edition. Business Ethics. Oxford: Oxford University Press.

Remišová, A., Lašáková, A. (2017). Theoretical foundations of the Bratislava School of Business Ethics. Available at: https://www.researchgate.net/publication/322162377_Theoretical_foundations_of_the_Bratislava_School_of_Business_Ethics

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SK, EN

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 107

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
71,03	0,0	18,69	2,8	1,87	4,67	0,93	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 16.09.2020

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
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: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Jeden priebežný písomný test v polovici semestra. Jeden finálny test na konci semestra. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Priebežný test 50%Finálny test 50 %.	
Výsledky vzdelávania: Predmet predstavuje trhy s úrokovými sadzbami, pričom vychádza z osnov certifikátu / diplomu ACI - združenia pre finančné trhy (ACI certifikát / diplom býva regulátormi požadovaný na pozície dealingových útvarov bánk). Kurz sa zameriava na praktické aplikácie kľúčových konceptov s mnohými príkladmi / prípadovými štúdiami. Na konci semestra študenti porozumejú hlavným nástrojom, technikám a stratégiám, ktoré používajú tvorcovia a užívatelia trhu pri obchodovaní, zaisťovaní a arbitráži na trhoch s úrokovými sadzbami. Vhodné pre obchodníkov v bankách, predajcov, maklérov, správcov fondov, manažérov rizík, zamestnancov korporátnych útvarov Treasury a pracovníkov back office.	
Stručná osnova predmetu: Výpočty návratnosti: očakávaný vs požadovaný výnos. Krátkodobé a dlhodobé výnosy, spotové/forwardové úrokové sadzby a výnosové krivky. Základné typy výnosov na peňažných trhoch a trhoch s pevným príjmom: výnosy z držby, diskontné sadzby, efektívne ročné výnosy, výnos do splatnosti. Inštitúcie pôsobiace na trhu s úrokovými sadzbami: banky, podniky, poisťovne, penzijné fondy, správcovia fondov, hedžové fondy. O-T-C vs organizované trhy, systematická internalizácia, obchodné platformy, tvorcovia trhu, užívatelia trhu, makléri, zúčtovacie centrá. Kľúčové aktivity na trhoch s úrokovými mierami: investovanie, zaistenie, obchodovanie, arbitráž, správa aktív a pasív. Hotovostné produkty. Peňažný trh: vklady, štátne pokladničné poukážky, depozitné certifikáty, repo obchody, obchodné cenné papiere, Trhy s pevným príjmom: štátne pokladničné poukážky, korporátne a bankové dlhopisy, cenné papiere kryté hypotékami, dlhové záruky, Structured products: various combinations of cash and derivative products. Deriváty: FRA, futures na krátkodobé úrokové sadzby, futures na dlhopisy, úrokové swapy, jednoduché swapy, krížové swapy úrokových sadzieb, záruky úrokov, cap, floor, collar, swapie. Štruktúrované produkty: kombinácie hotovostných produktov a derivátov.	

Riadenie aktív a pasív (ALM): úrokové riziko, ALM v bankách, poisťovne a správcovia investícií.							
Odporúčaná literatúra: 1. „FINANCIAL INSTRUMENTS, THE HANDBOOK“. LEX VAN DER WIELEN, ISBN 978-90-816351-3-4, THE FINANCIAL MARKETS ACADEMY, LONDON 2011 2. „TREASURER’S HANDBOOK”.HANNES ENTHOFFER, PATRICK HAAS, ISBN-10 3714302387, LINDE VERLAG, FRANKFURT 2013 3. “CFA LEVEL I, II, III”. CFA INSTITUTE, ISBN 978-1-939515, WILEY, NEW YORK 2015,							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 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., CFA, MBA							
Dátum poslednej zmeny: 05.09.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/160AM/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: 6							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
66,67	0,0	16,67	0,0	0,0	0,0	16,67	0,0
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KSP/037AM/16				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:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 18							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
44,44	0,0	22,22	0,0	5,56	11,11	16,67	0,0
Vyučujúci: doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Karol Cagáň							
Dátum poslednej zmeny: 20.09.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KSP/032AM/16				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:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 219							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
57,53	0,0	20,09	12,79	5,94	3,2	0,46	0,0
Vyučujúci: doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 07.09.2021							
Schválil:							