

Informačné listy predmetov

OBSAH

1. 312AM/21	Cloud Computing.....	2
2. 281AM/21	Dáta, znalosti a rozhodovanie.....	4
3. 012AM/21	Diplomový projekt.....	6
4. 021AM/21	Diplomový seminár I.....	7
5. 022AM/21	Diplomový seminár II.....	9
6. 010AM/16	E-biznis a e-marketing.....	11
7. 275AM/21	Finančný manažment.....	15
8. 053AM/16	Investičné analýzy.....	17
9. 009AM/16	Manažérske rozhodovanie.....	19
10. 058AM/21	Manažérske účtovníctvo.....	20
11. 273AM/21	Manažment informačných systémov.....	22
12. 276AM/21	Manažment projektov.....	25
13. 084AM/21	Marketing manažment.....	26
14. 028AM/16	Marketingový výskum.....	27
15. 030AM/16	Medzinárodný marketing.....	30
16. 279AM/21	Modelovanie ekonomických procesov.....	32
17. 06AM/21	Obhajoba diplomovej práce (štátnicový predmet).....	33
18. 040AM/21	Organizačné správanie.....	34
19. 051AM/21	Podnikateľská etika.....	37
20. 194AM/21	Praktické finančné trhy.....	40
21. 010AM/21	Prax.....	42
22. 037AM/16	Strategické myslenie a stratégia.....	43
23. 100AM/21	Strategický manažment.....	44
24. 077AM/21	Strategický marketing.....	45
25. 063AM/17	Stratégie a financovanie New Ventures.....	48
26. 080AM/21	Znalostný manažment.....	49

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/312AM/21	Názov predmetu: Cloud Computing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Type of Activities: 2 hours lectures and 2 hours seminars Number of Hours: 4 hours per week Per Week; Per Level/Semester: Form of the Course: Full time / Combined Method During the semester midterm and/or final tests for 40 points. Score of 60 points will be given for the semester project and its presentation and oral examination. Scale of assessment (preliminary/final): 40/60	
Výsledky vzdelávania: By completing the subject, students will acquire cloud computing skills using the software provided by the Faculty of management to gain deeper theoretical and practical knowledge of cloud computing systems. The education is alternatively divided into 4 phases AKVA - Analytical (2-4 weeks), Conceptual (2-4 weeks), Verification (1-3 weeks), Argumentative (1-3 weeks).	
Stručná osnova predmetu: 1. Introduction to cloud computing, 2. Software as a Service (SaaS), 3. Platform as a Service (PaaS), 4. Infrastructure as a Service (IaaS), 5. Public clouds, 6. SLA management, 7. License terms of leading cloud service providers, 8. Private clouds, 10. Hybrid cloud model, 11. Cloud computing and security, 12. Development of applications in the cloud, 13. Architecture of cloud systems, 14. Cloud and regulation.	
Odporúčaná literatúra:	

- [1]. SILVERMAN, Ben a Michael SOLBERG, 2018. OpenStack for Architects: Design production-ready private cloud infrastructure, 2nd Edition. 2nd Revised edition edition. Birmingham: Packt Publishing. ISBN 978-1-78862-451-0.
- [2]. THOMAS, Erl, Puttini RICARDO a Mahmood ZAIGHAM, 2013. Cloud Computing: Concepts, Technology & Architecture. 1st edition. B.m.: Pearson.
- [3]. VACCA, John R., ed., 2020. Cloud Computing Security: Foundations and Challenges. 2nd edition. B.m.: CRC Press.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 19

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
36,84	0,0	26,32	31,58	0,0	0,0	5,26	0,0

Vyučujúci: Mgr. Vincent Karovič, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 29.09.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/281AM/21	Názov predmetu: Dáta, znalosti a rozhodovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): informačné systémy a aplikačný softvér, štatistika, matematika, finančný manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Účasť na seminároch, domáce úlohy, a vypracovanie a prezentovanie záverečného projektu. Projekt môže byť aj tímový (odporúčanie: maximálne dvaja študenti). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Grading 40% Homework 40 pts 60% Group Project: Proposal 10 pts. Midterm report 10 pts. Final Poster/Presentation/Paper 30 pts. Answers to questions in discussion 10 pts.	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní tohto kurzu: - Budete vedieť vybrať a vyhodnotiť rôzne typy údajov, ktoré sa majú použiť pri rozhodovaní. - Na získanie obhájiteľných záverov, založených na údajoch budete vedieť používať vhodne štatistické, analytické, popisné a prediktívne metódy; - Naučíte sa používať vhodné štatistické metódy na riešenie rozhodovacích problémov. - Na prípravu, spracovanie a analýzu údajov budete vedieť použiť MS Excel alebo Wolfram Mathematica. - Tiež sa naučíte kriticky vyhodnotiť analýzy údajov a vypracovať stratégie na lepšie rozhodnutia. rozhodnutie.	
Stručná osnova predmetu: Úvod: rozhodovacie procesy, príklady, modely, návrh, validita vizualizácia údajov, spracovanie údajov, Solver (riešiteľ) pravdepodobnosť, testovanie hypotéz, regresia, korelácia, analýza chýb, rozhodovacie stromy, CPM	
Odporúčaná literatúra: [1] KAHNEMAN, D. Thinking, Fast and Slow. Farrar, Straus and Giroux. ISBN 03-745-3355-5 [2] MORASCHI, D. 2013. Business Intelligence with MicroStrategy Cookbook. Birmingham : Packt Publishing, 2013. ISBN 978-17-821-7975-7 [3] PLOUS, S. The Psychology of Judgment and Decision Making. McGraw-Hill. ISBN 00-705-0477-6 [4] POWER, D. J. 2002. Decision Support Systems: Concepts and Resources for Managers. Greenwood Publishing Group, 2002. [5] SHANNON, D. M. – DAVENPORT, M. A. 2001. Using SPSS to Solve Statistical Problems: A Self Instruction Guide. Upper Saddle River : Prentice Hall, 2001. [6] TURBAN, E. – ARONSON, J. E. – LIANG. T. P. 2005. Decision Support Systems and Intelligent Systems.	

Pearson/Prentice Hall, 2005. [7] WILLIAMS, F. – MONGE, P. 2001. Reasoning with Statistics: How to Read Quantitative Research. 5th Edition. Fort Worth : Harcourt College Publishers, 2001. ISBN 01-550-6816-X

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 5

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
40,0	0,0	20,0	20,0	0,0	0,0	20,0	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 23.09.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM/012AM/21				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: 3							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
66,67	0,0	0,0	0,0	33,33	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Maroš Bobulský, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Soňa Dávideková, MPH, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., Mgr. Martin Pažický, PhD., Mgr. Peter Pšenák, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., Ing. Vladimír Valach, PhD., CFA, MBA, Mgr. Katarína Vechter Močarníková, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., doc. PhDr. Paulína Mihaľová, PhD., Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., Mgr. Magdaléna Musilová, PhD., LL.M., Mgr. Michal Páleník, PhD., Mgr. Mário Papík, PhD., Mgr. Lenka Papíková, PhD., Mgr. Lucia Paškrtová, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD., prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., doc. Ing. Zuzana Stoličná, PhD., Mgr. Rita Szalai, PhD., Mgr. Martin Vozár, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD., doc. PhDr. Marian Šuplata, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM/021AM/21		Názov predmetu: Diplomový seminár I					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 12							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
50,0	0,0	16,67	0,0	8,33	16,67	8,33	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. PhDr. Paulína Mihaľová, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD., doc. Ing. Milan Fekete, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD., doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Ing. Jaroslav Huľvej, PhD., Mgr. Petronela Klačanská, PhD., doc. Mgr. Lucia Kohnová, PhD., Mgr. Juraj Mikuš, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD., prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Ing. Ján Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, doc. Mgr. Emília Charfaoui, CSc., Mgr. Maroš Bobulský, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Soňa Dávideková, MPH, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., Mgr. Martin Pažický, PhD., Mgr. Peter Pšenák, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., Ing. Vladimír Valach, PhD., CFA, MBA, Mgr. Katarína Vechter Močarníková, PhD., Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., Mgr. Magdaléna Musilová, PhD., LL.M., Mgr. Michal Páleník, PhD., Mgr. Mário Papík, PhD., Mgr. Lenka Papíková, PhD., Mgr. Lucia Paškrťová, PhD., prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., doc. Ing. Zuzana Stoličná, PhD., Mgr. Rita Szalai, PhD., Mgr. Martin Vozár, PhD., prof. Ing. Ľubica Bajzíkova, PhD., doc. PhDr. Lukáš Copuš, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD., Ing. Mgr. Juraj Chebeň, PhD., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD., Mgr. Michaela Poláková, PhD., prof.							

Ing. Ján Rudy, PhD., doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD.
--

Dátum poslednej zmeny:

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM/022AM/21			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: 6							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
50,0	0,0	16,67	0,0	0,0	16,67	16,67	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. PhDr. Paulína Mihaľová, PhD., prof. Ing. Ľubica Bajzíková, PhD., doc. PhDr. Lukáš Copuš, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD., Ing. Mgr. Juraj Chebeň, PhD., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD., Ing. Marián Mikolášik, Mgr. Michaela Poláková, PhD., prof. Ing. Ján Rudy, PhD., doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD., prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., doc. Ing. Milan Fekete, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD., doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., Mgr. Petronela Klačanská, PhD., doc. Mgr. Lucia Kohnová, PhD., Mgr. Juraj Mikuš, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD., prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Ing. Ján Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Soňa Dávideková, MPH, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., Mgr. Martin Pažický, PhD., Mgr. Peter Pšenák, PhD., Mgr. Peter Struk, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., Ing. Vladimír Valach, PhD., CFA, MBA, Mgr. Katarína Vechter Močarníková, PhD., Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., Mgr. Magdaléna Musilová, PhD., LL.M., Mgr. Michal Páleník, PhD., Mgr. Mário Papík, PhD., Mgr. Lenka Papíková, PhD., Mgr. Lucia Paškrtová,							

PhD., prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., doc. Ing. Zuzana Stoličná, PhD., Mgr. Rita Szalai, PhD., Mgr. Martin Vozár, 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/275AM/21	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: 7	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Očakáva sa, že študenti budú schopní porozumieť nasledujúcim témam: model oceňovania kapitálových aktív (CAPM), výpočet súčasnej a budúcej hodnoty, oceňovanie dlhopisov, teória SML, finančná analýza, komparatívna a trendová analýza, dividendový diskontný model (DDM), Vážená priemerná cena kapitálu (WACC) a oceňovanie projektov (NPV, IRR, MIRR, PP) a základnej teórii podnikových kapitálových štruktúr.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Účasť na seminároch, samostatná práca študenta počas semestra, aktívne sledovanie vývoja na vybraných finančných trhoch, priebežné testovanie, záverečný test. Priebežné hodnotenie na seminároch pozostáva z nasledovných častí: - spracovanie prezentácie v tíme na tému z oblasti oceňovania aktív (MAX 5%), - vypracovanie domácich úloh zadaných počas semestra (MAX 10%), - účasť na seminároch a aktivita počas semestra (MAX 15%), - priebežné testovanie počas semestra (MAX 20%). Záverečné hodnotenie: - záverečný písomný test (MAX 50%). Podmienkou na absolvovanie predmetu je získanie minimálne 60% z celkového hodnotenia. Podmienkou na absolvovanie seminárov je získanie minimálne 25% z hodnotenia seminárov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50% / 50%	
Výsledky vzdelávania: Predmet prehľbuje znalosti zo základov finančného manažmentu. Kladie dôraz na úlohu finančného manažéra pri rozhodovaní o tvorbe optimálnej kapitálovej štruktúry podniku, na výnosnosť a rizikovosť v kapitálovom rozpočtovaní, na vybrané problémy riadenia a kontroly jednotlivých zdrojov dlhodobého a krátkodobého financovania spoločnosti a na manažment obežného majetku. Študent by po absolvovaní predmetu mal byť schopný porozumieť nástrojom, ktoré sa používajú pri analýze firemného rizika a mal by byť schopný vypočítať a určiť fundamentálnu hodnotu podniku. Študent by mal byť ďalej schopný porozumieť pokročilým otázkam súvisiacim s využitím konceptu CAPM v praxi a s používaním konceptov riadenia pracovného kapitálu v podnikových financiách.	

Pochopenie výziev a problémov ktorým čelia súčasné finančné trhy, ako neoddeliteľná súčasť súčasnej globálnej ekonomiky bude taktiež patriť medzi výsledky vzdelávania. Študent by mal byť schopný vysvetliť prečo je teória moderného portfólia H. Markowitza (MPT) stále aktuálna. Pri výučbe bude kladený dôraz na poukázanie na obmedzenia a výzvy pri aplikácii teoretického rámca finančného manažmentu na problémy reálneho sveta financií.

Stručná osnova predmetu:

1. Finančné výkazy a analýza finančných výkazov.
2. Dlhopisy, oceňovanie dlhopisov a úrokové sadzby.
3. Riziko a výnos, akcie a oceňovanie akcií firiem.
4. Cena kapitálu a oceňovanie projektov.
5. Odhad cash-flow a riziková analýza projektov.
6. Finančné plánovanie a odhad finančných výkazov.
7. Oceňovanie podnikov, Value-Based Management a správa a riadenie spoločností.
8. Rozhodovanie o kapitálových štruktúrach.
9. Manažment pracovného kapitálu.
10. Teória efektívneho portfólia, Asset Pricing Models a behaviorálne financie.

Odporúčaná literatúra:

1. Smoleň J. - Komorník J.: Finančný manažment, Univerzita Komenského v Bratislave. 2019. ISBN: 978-80-223-4594-1.
 2. Brigham, E. F. – Ehrhardt, M. C.: Financial Management, 14th Edition, Thomson, South-Western, 2014. ISBN-13: 978-1-111-97221-9.
 3. Brealey, R. A. – Myers, S. C. – Allen, F.: Principles of Corporate Finance, 9th Edition, McGrawHill, 2010. ISBN: 978-007-126327-6.
- Ostatné informačné zdroje: 4. www.bloomberg.com 5. www.yahoo.finance.com
6. www.morningstar.com 7. www.gurufocus.com

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Učebnica (odporúčaná literatúra 2.) je k dispozícii v knižnici FMUK. Táto učebnica by mala slúžiť ako hlavné čítanie. Túto učebnicu je tiež možné zakúpiť online na Amazon.com. Príslušné kapitoly sú uvedené v príslušných Sylaboch. Kurz bude obsahovať niekoľko prípadových štúdií poskytovaných vo forme praktických príkladov v MS Excel. Budú k dispozícii na stiahnutie z fakultného cloudového riešenia na MS Teams. Príklady majú študentom dopomôcť porozumieť učebným materiálom a pripraviť ich na skúšku a skutočný svet financií. Riešenia príkladov budú prediskutované na hodine.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 70

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
78,57	0,0	15,71	2,86	0,0	0,0	2,86	0,0

Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 21.09.2021

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.Blaža, 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/058AM/21	Názov predmetu: Manažérske 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: 2.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Základy účtovníctva	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. 3 prípadové štúdie 2. 3 priebežné kvízy 3. záverečná písomná skúška Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 15%, 30%/ 55%	
Výsledky vzdelávania: Študenti po úspešnom absolvovaní predmetu získajú znalosti a nadobudnú základné zručnosti , pomocou ktorých budú schopní: 1. využívať informácie z finančného účtovníctva pre budúce procesy riadenia nákladov, zostavovania kalkulácií a tvorbu rozpočtov; 2.rozumieť vzťahu medzi nákladmi v spoločnosti a zdrojmi nákladov, odhadnúť nákladové funkcie použitím matematických metód pre potrebu plánovania nákladov v podniku. 3. využívať znalosti o nákladoch v podniku, pri vyčíslovaní a interpretácii bodu zvratu, pásma bezpečnosti atď. pri rozhodovaní, pre uplatňovanie výhodnejších variantov objemu výroby a predaja výkonov s cieľom optimalizácie sortimentu výroby, 3. budú mať znalosti o kalkuláciách a ich druhoch a budú schopní zostaviť kalkuláciu nákladov a vybrať vhodný druh kalkulácie pre jednotlivé výkony s cieľom tvorby cien pre jednotlivé výkony, 4. sledovať efektívnosť a hospodárnosť nákladov, a ich návratnosť, 5. využívať a chápať ako poznanie relevantných výnosov a relevantných nákladov, oportunitných nákladov pomáha správne sa rozhodovať napr. Kúpiť či vyrobiť, prijať či odmietnuť špeciálnu objednávku a pod. 6. Zostaviť hlavný a flexibilný t.j. variantný rozpočet, 7. Analyzovať dosiahnuté výsledky pomocou odchýliek 1.,2., a 3. úrovne. , či pomocou KPI. žerskému rozhodovaniu. 7. Pochopiť Balance Score Card prístup	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do manažérskeho účtovníctva 2.Druhy nákladov a ich správanie, Výrobné náklady -Materiál, Mzdy a režijné náklady 3. CVP analýza (Cost-volume -profit), Bod zvratu	

4. Variabilný a absorpčný model výsledovky
5. Matematické metódy určenia funkcie nákladov
6. Kalkulácie a metódy kalkulácie - tradičná, ABC kalkulácia, kalkulácia cieľových nákladov,
7. Stanovovanie cien
8. Riadenie zásob
9. Relevantné náklady a výnosy
10. Rozpočty – Master budget-Hlavný rozpočet
11. Flexibilný rozpočet, odchýlky. Zodpovednostné účtovníctvo.
12. Balance Score Card
13. KPI

Odporúčaná literatúra:

- [1] Saxunová, D., Papíková L. Manažérske účtovníctvo: Strategické riadenie nákladov - - v tlači
Doplňková literatúra:
- [2] Kral, B.: Manažérske účtovníctvo
- [3] Drury: C. Management Accounting for Business 9th edition
- [4] Kimmel,P.D., Weygandt, J.J., Kieso, D.E. - Accounting as a Tool for Decision Making

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

- [1] Drury: C. Management Accounting for Business 9th edition
- [2] Kimmel,P.D., Weygandt, J.J., Kieso, D.E. - Accounting as a Tool for Decision Making

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 29

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
3,45	0,0	20,69	31,03	24,14	13,79	6,9	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 06.09.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/273AM/21	Názov predmetu: Manažment informačných systémov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 2s / 2s Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: In accordance with the provisions of internal regulation no. 16/2017 Directive of the Rector of Comenius University in Bratislava Full text of internal regulation no. 23/2016 Directive of the Rector of Comenius University in Bratislava, which issues the Code of Ethics of Comenius University in Bratislava, as amended by Supplement no. 1, each student always achieves his / her study results in an honest manner; does not deceive or use dishonest practices during any form of verification of his / her study knowledge and skills. Cases of breach of the UK Code of Ethics may be considered a breach of legal obligations, (...). Such an assessment may involve the application of appropriate legal consequences at the academic, (...) disciplinary level. In accordance with the provisions of internal regulation no. 13/2018 approved by the Academic Senate of Comenius University in Bratislava Disciplinary Code of Comenius University in Bratislava for students, student disciplinary offense is any form of depreciation or illegal cooperation or counseling during written or oral evaluation of study results (knowledge testing) or during preparation for it within the subject , or the use of technical devices or any information media in a manner other than permitted during the written or oral assessment of learning outcomes (knowledge testing) or during preparation for the course. Some of the disciplinary measures can be imposed on a student for a disciplinary offense: reprimand, conditional expulsion from study or expulsion from study. Type of Activities: 2 hours lectures and 2 hours seminars Number of Hours: 4 hours per week Per Week; Per Level/Semester: Form of the Course: Full time / Combined Method During the semester midterm and/or final tests for 30 points. Score of 10 point will be given for presentation and its oral examination. Score of 60 points will be given for the semester project. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: This course will develop the framework for an information system and explore how systems that support the business functions of the organization are integrated and aid the manager with decision-making responsibilities within the operational, tactical, and strategic	

hierarchy of the company. Underlying the examination of various types of organizational information systems will be an exploration of emerging technologies that drive these systems. This course provides the student with the knowledge and skills necessary to understand and use information technology effectively and shows how information technology provides organizations with a strategic competitive advantage.

Stručná osnova predmetu:

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, DATAMINING, 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

Odporúčaná literatúra:

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

Strana: 5

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

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 21

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
47,62	0,0	28,57	23,81	0,0	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: Mgr. Vincent Karovič, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.02.2022

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/276AM/21				Názov predmetu: Manažment projektov			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 7							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.							
Stupeň štúdia: I., II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 43							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
11,63	0,0	37,21	18,6	4,65	23,26	4,65	0,0
Vyučujúci: Ing. Peter Balco, PhD., Mgr. Sharon Cherono Murgor							
Dátum poslednej zmeny: 01.10.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KMk/084AM/21				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: 7							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.							
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: 39							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
30,77	0,0	28,21	17,95	10,26	10,26	2,56	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, 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.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.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.KKM/279AM/21				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: 7							
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: anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 26							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
0,0	0,0	0,0	3,85	23,08	57,69	15,38	0,0
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., Mgr. Peter Pšenák, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 30.10.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU ŠTÁTNEJ SKÚŠKY

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM/O6AM/21	Názov predmetu: Obhajoba diplomovej práce
Počet kreditov: 15	
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.KMn/040AM/21	Názov predmetu: Organizačné správanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 2s / 2s Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I., 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 % – záverečná ústna skúška (váha 0,5). 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 %. Získanie 59 a menej bodov značí hodnotenie Fx. 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. Študenti získajú nové poznatky napr. o individuálnom správaní, motivácii, skupinovej dynamike, vedení pracovných skupín, minimalizácii negatívnych prejavov skupinového správania, budovaní autority, riešení konfliktov na pracovisku a vyjednávaní. Seminäre k predmetu sú založené na riešení prípadových štúdií (case-based teaching) z oblasti organizačného správania. Študenti tak rozvinú svoje schopnosti tímovej spolupráce a systematického a kreatívneho riešenia rozmanitých problémov organizačnej praxe.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do štúdia Organizačného správania. OS ako vedná disciplína. Základné atribúty organizácií, vysoko výkonné organizácie (HPO). Povaha manažérskej práce, manažérske zručnosti v minulosti a dnes. Aktuálne trendy, pracovné prostredie súčasnosti. Dilemy a výzvy spojené s vedením pracovných skupín, ktorým súčasní manažéri čelia na pracovisku. 2. Organizačné správanie a kultúra. Ako kultúra ovplyvňuje vnímanie sveta okolo nás a správanie ľudí v pracovnom prostredí. Kultúrne rozmanité pracovné prostredie. Atribúty kultúry s presahom do plánovania, vyjednávania, vedenia ľudí, komunikácie a formalizácie pracovného prostredia. 3. Jednotlivci v organizácii. Zložky pracovnej výkonnosti. Osobnostné črty významné vo vzťahu jednotlivec – organizácia. Model Big 5. Hodnoty, postoje. Percepčný proces a percepčné bariéry. Atribučná chyba a implikácie pre manažérsku prax. 4. Pracovná motivácia. Praktické implikácie obsahových a procesných teórií motivácie. Dizajn	

pracovného miesta. Motivačný potenciál práce. Faktory ovplyvňujúce motiváciu. Základné pracovné postoje (pracovná spokojnosť, vnútorná zainteresovanosť a lojalita).

5. Skupiny v organizácii. Skupinová dynamika. Tuckmanov model dynamiky skupiny. Efektívnosť pracovných skupín. Typy tímov. Negatívne prejavy skupinového správania a ako ich minimalizovať. Aschov efekt. Skupinové myslenie. Stanfordský väzenský experiment.

6. Organizačný dizajn, klasické a organické organizačné štruktúry. Determinanty organizačnej štruktúry. Princípy tvorby organizačnej štruktúry. Rozsah kontroly, departmentalizácia, centralizácia, formalizácia, špecializácia práce. Vzájomné väzby medzi organizačnou štruktúrou a organizačnou kultúrou.

7. Teória chaosu a nový model organizácie. Typické znaky nového modelu. Učiacia sa organizácia.

8. Manažment zmien, úloha manažéra v procese manažmentu zmien. Agent zmeny. Lewinov model zmeny. Rezistencia voči zmene a taktiky na jej prekonanie.

9. Moc a právomoc v práci manažéra. Autorita. Zdroje moci. Politické správanie v organizácii.

10. Vedenie ľudí. Vymedzenie tohto procesu, jeho základné prvky. Vývoj teoretickej reflexie vedenia ľudí v čase. Klasické teórie (teórie povahových čŕt, behaviorálne teórie, situačné teórie). Hodnotovo orientované vedenie ľudí, neo-charizmatické vedenie ľudí, tímové vedenie ľudí.

11. Komunikácia. Rozvoj komunikačných schopností. Aktívne počúvanie. Efektívna spätná väzba. Konštruktívna kritika.

12. Rozhodovanie a riešenie konfliktov. Zdroje a typy konfliktov. Úlohový, vzťahový a procesný konflikt. Produktívny konflikt. Vyjednávania – fázy procesu a jeho prvky. Metódy a taktiky vyjednávania.

Odporúčaná literatúra:

- [1] Rudy, J.: Management and Chaos Theory. Bratislava: Faber, 1997.
- [2] Robbins, S. P. – Coulter, M.: Management, Pearson Education, Harlow, 2021.
- [3] Robbins, S. P. – Judge, T.A.: Organizational Behavior. New Jersey: Prentice Hall, 2015.
- [4] Schermerhorn, J. R. – Hunt, J. G. – Osborn, R. N.: Organizational Behavior. John Wiley and Sons, 2008.
- [5] Lašáková, A. - Bajžíková, Ľ. - Dedze, I. (2017). Barriers and drivers of innovation in higher education: Case study-based evidence across ten European universities. International Journal of Educational Development, 55, 69-79.:
- [6] Prípadové štúdie (výber), napr. Harvard Business Publishing, <https://hbsp.harvard.edu/cases/?ab=browse%7Ccases>
- [7] Webové sídlo Akademickej knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.
- [8] Časopisy: Organizational Behavior and Human Decision Processes, Organizational Dynamics, Organization Science, Academy of Management Journal, Academy of Management Review, Administrative Science Quarterly, Journal of Applied Psychology, Business Horizons, Human Relations, Journal of Personality and Social Psychology, Harvard Business Review
- [9] Ďalšie zdroje budú priebežne dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Anglický

Poznámky:

K predmetu je vypracovaný rozsiahly syllabus, ktorý je na začiatku semestra elektronicky distribuovaný všetkým študentom, ktorí majú tento predmet zapísaný.

V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 16/2017 Smernica rektora Univerzity Komenského v Bratislave Úplné znenie vnútorného predpisu č. 23/2016 Smernice rektora

Univerzity Komenského v Bratislave, ktorou sa vydáva Etický kódex Univerzity Komenského v Bratislave v znení dodatku č. 1, každý študent počas štúdia svoje študijné výsledky dosahuje vždy len poctivým spôsobom; nepodvádza a nepoužíva nečestné postupy počas akejkoľvek formy overovania jeho študijných poznatkov a vedomostí. Prípady porušenia Etického kódexu UK môžu byť posúdené ako porušenie povinností vyplývajúcich z právnych predpisov, (...). S takýmto posúdením môže byť spojené uplatnenie príslušných právnych dôsledkov v akademickej, (...) disciplinárnej rovine. V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 13/2018 schváleného Akademickým senátom Univerzity Komenského v Bratislave Disciplinárny poriadok Univerzity Komenského v Bratislave pre študentov, disciplinárnym priestupkom študenta je akákoľvek forma odpisovania alebo nedovolenej spolupráce alebo napovedania v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu, alebo používanie technických zariadení alebo akýchkoľvek nosičov informácií iným ako dovoľeným spôsobom v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu. Za spáchaný disciplinárny priestupok možno uložiť študentovi niektoré z disciplinárnych opatrení: pokarhanie, podmienené vylúčenie zo štúdia alebo vylúčenie zo štúdia.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 39

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
33,33	0,0	35,9	17,95	5,13	2,56	5,13	0,0

Vyučujúci: prof. Ing. Ján Rudy, PhD., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.05.2022

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/051AM/21	Názov predmetu: Podnikateľská etika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu: priebežné 50 bodov + písomná skúška 50 bodov. Celkove max 100 bodov. Priebežné: Aktívna účasť na seminári, riešenie etických dilem a zadaných úloh (30 bodov), midterm test (20 bodov). Skúška: Písomná. V skúškovom období podľa Harmonogramu FM UK. Počet bodov zo skúšky = 50 bodov. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Pozn.: V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 16/2017 Smernica rektora Univerzity Komenského v Bratislave Úplné znenie vnútorného predpisu č. 23/2016 Smernice rektora Univerzity Komenského v Bratislave, ktorou sa vydáva Etický kódex Univerzity Komenského v Bratislave v znení dodatku č. 1, každý študent počas štúdia svoje študijné výsledky dosahuje vždy len poctivým spôsobom; nepodvádza a nepoužíva nečestné postupy počas akejkoľvek formy overovania jeho študijných poznatkov a vedomostí. Prípady porušenia Etického kódexu UK môžu byť posúdené ako porušenie povinností vyplývajúcich z právnych predpisov, (...). S takýmto posúdením môže byť spojené uplatnenie príslušných právnych dôsledkov v akademickej, (...) disciplinárnej rovine. V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 13/2018 schváleného Akademickým senátom Univerzity Komenského v Bratislave Disciplinárny poriadok Univerzity Komenského v Bratislave pre študentov, disciplinárnym priestupkom študenta je akákoľvek forma odpisovania alebo nedovolennej spolupráce alebo napovedania v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu, alebo používanie technických zariadení alebo akýchkoľvek nosičov informácií iným ako dovoľeným spôsobom v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu. Za spáchaný disciplinárny priestupok možno uložiť študentovi niektoré z disciplinárnych opatrení: pokarhanie, podmienené vylúčenie zo štúdia alebo vylúčenie zo štúdia.	

Výsledky vzdelávania:

Študenti sa oboznámia s podnikateľskou etikou ako akademickou disciplínou. Osvoja si teóriu podnikateľskej etiky a naučia sa ju aplikovať pomocou a riešenia etických dilem.

Zároveň získajú zručnosti a poznatky ako úspešne implementovať podnikateľskú etiku a realizovať manažment etiky v organizačnej praxi. Konkrétne zručnosti nadobudnuté v tomto kurze sú: etické rozhodovanie a riešenie etických dilem, etické vedenie ľudí, nastavovanie tzv. etického tónu zhora v organizácii, stanovenie organizačných hodnôt, nastavenie programu spoločenskej zodpovednosti podniku a súvisiaceho etického programu organizácie, kreovanie špecifických pozícií a procesov spojených s manažmentom etiky v pracovnom prostredí, ako vytvoriť etický kódex, a ako zaviesť whistleblowingovú linku v organizácii.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do štúdia. Etika a morálka.
2. Podstata podnikateľskej etiky. Zisk verus etika. Vznik, podstata, predmet podnikateľskej etiky. Rôzne úrovne prieniku etiky a ekonomiky.
3. Spoločenská zodpovednosť podnikov. Podstata koncepcie spoločenskej zodpovednosti podnikov. Teória stakeholderov.
4. Ľudské práva na pracovisku. Diskriminácia, sexuálne obťažovanie. Manažment diverzity.
5. Etické aspekty náboru a výberu zamestnancov.
6. Etické aspekty v hodnotení pracovného výkonu, odovzdávaní spätnej väzby a manažmente kariéry. Motivácia a odmeňovanie zamestnancov z hľadiska etiky.
7. Profesionálna etika manažéra. Manažérska prísaha. Etický rozvoj manažérov/lídov.
8. Neetický manažér. Nápravné opatrenia.
9. Whistleblowing. Podstata a typy korupcie. Etické opatrenia na boj proti korupcii. Súvislosť: Korupcia a whistleblowing.
10. Etické problémy v slovenskej manažérskej praxi. Neetické praktiky, ich príčiny a riešenia na úrovni organizácie a personálneho manažmentu.
11. Inštitucionalizácia etiky. Etický a compliance program. Etický kódex.
12. Ako funguje etický a compliance program v konkrétnej organizácii – príklady z praxe.
13. Manažment etiky – komplexný pohľad. Súhrn konkrétnych opatrení, prostredníctvom ktorých môže personálny manažér nastoliť v podniku etickú organizačnú kultúru a lepšiu klímu na pracovisku.

Odporúčaná literatúra:

- [1] Remišová, A. 2011. Vademecum of Business Ethics. Bratislava: Sprint2.
- [2] Crane, A. – Matten, D. et al. (2016). Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization. Oxford: Oxford University Press.
- [3] Stanwick, P. – Stanwick, S. (2014). Understanding Business Ethics. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- [4] Lašáková, A. – Remišová, A. – Bohinská, A. (2021). Best practices in ethics management: Insights from a qualitative study in Slovakia. In: Business Ethics: A European Review. – Roč. 30, č. 1, s. 54-75.
- [5] Remišová, A. – Lašáková, A. – Kirchmayer, Z. (2019). Influence of formal ethics program components on managerial ethical behavior. In: Journal of Business Ethics. – Roč. 160, č. 1, s. 151-166.
- [6] Lašáková, A. – Remišová, A. – Bajžíková, Ľ. (2021). Differences in occurrence of unethical business practices in a post-transitional country in the CEE region: The case of Slovakia. In: Sustainability. – Roč. 13, č. 6, s. 1-33.
- [7] Remišová, A. – Lašáková, A. – Schaefer-Krzykala, R. (2013). Corporate social responsibility

in European countries: The keystones of the concept and intercultural connotations. In: Journal for East European Management Studies. – Roč. 18, č. 4, s. 512-543.

[8] Remišová, A. – Lašáková, A. (2017). Theoretical foundations of the Bratislava school of business ethics. In: Ethics & Bioethics. – Roč. 7, č. 3-4 (2017), s. 177-186.

[9] Webové sídlo Akademickej knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.

[10] Ďalšie zdroje budú priebežne dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

K predmetu je vypracovaný podrobný sylabus, ktorý bude na začiatku semestra distribuovaný všetkým študentom, ktorí si tento predmet zapíšu.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 8

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
0,0	0,0	12,5	12,5	12,5	50,0	12,5	0,0

Vyučujúci: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.08.2022

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KKM/194AM/21	Názov predmetu: Praktické finančné trhy
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): Intro to financial markets	
Podmienky na absolvovanie predmetu: One preliminary written test during the semester. One final written test at the end of the semester. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50% preliminary test.50% final test.	
Výsledky vzdelávania: The subject introduces practical aspects of handling key financial market's products, reflecting the curriculum of the certificate/diploma of ACI-Financial Markets Association ACIFMA. At the end of the semester, students will understand main tools, techniques and strategies used by the market makers (banks, dealers) and market users (corporates, institutional investors, traders...) in trading, hedging and arbitraging on the global financial markets. Suitable for bank traders, sales staff, brokers, fund managers, risk managers, corporate treasury front and back office staff.	
Stručná osnova predmetu: 1/Rates: Time value of Money, Holding period yield, Money market yield, discount rate, yield to maturity, zero coupon rates, daycounts, broken periodsm, conversions between yield types, daycounts, coupon frequencies, yield curves, forward rates 2/Money markets: Infrastructure, deposits, Money market securities, repurchase agreements, buy and sell backs 3/Fixed income: Bond types and characteristics, valuation of bonds, primary and secondary markets 4/Foreign Exchange: Infrastructure, spot, forward, FX swap, quotations, market making, market taking, pl management 5/ Forwards: Infrastructure, price and value of a forward contract, forward-forward, forward rate agreements, swaps, forwards on Tbills and Tbonds, commodity forwards 6/Futures: Infrastructure, futures price and value, futures on short term interest rates, bonds, fx, metals, energies, agriculture, soft commodities 7/Options: terminology, Greeks, applications 8/Risk management: market risk, counterparty risk, applications 9/Applications: trading, hedging, arbitrage, strategies, applications	

10/Analysis: Technical and fundamental							
Odporúčaná literatúra: 1/„FINANCIAL INSTRUMENTS HANDBOOK“. LEX VAN DER WIELEN, THE FINANCIAL MARKETS ACADEMY, LONDON 2011. The book is not obligatory. In order to pass, it will be sufficient to follow the lectures-seminars and use slides. 2/Trial questions and answers for the ACI diploma.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: English							
Poznámky: English							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 15							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
6,67	0,0	6,67	46,67	0,0	20,0	20,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, PhD., CFA, MBA							
Dátum poslednej zmeny: 10.02.2022							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM/010AM/21				Názov predmetu: Prax			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prax Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 6t Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 5							
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: 4							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. 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.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: 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: 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/100AM/21				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: 7							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.							
Stupeň štúdia: I., II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky: Forms of teaching transfer also the results of own original research into the teaching process.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 67							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
37,31	0,0	20,9	10,45	7,46	22,39	1,49	0,0
Vyučujúci: doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Dávid Smolka							
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.KMk/077AM/21	Názov predmetu: Strategický marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2., 4.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Marketing	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Semestrálny projekt je strategický marketingový plán vybraného podniku. Je vypracovávaný priebežne na jednotlivých hodinách, konkrétne zadanie je k dispozícii v sylabe a prezentované na seminári. Na jednotlivých témach musia participovať vždy viacerí členovia tímu. Od študentov sa očakáva v priebehu semestra nielen aktívna participácia na projekte a účasť na seminároch, ale aj zapojenie sa do diskusií o jednotlivých témach. Študenti si ako tím vyberú podnik alebo organizáciu, posúdia jeho strategické zámery a ciele, budú participovať na analytickom procese a na koncipovaní strategického marketingového plánu. Podľa zadania v tímoch vybrané časti odpredzentujú. Prezentácie sú v PP a je potrebné – kvôli priebežnému hodnoteniu – ich odovzdať. V priebehu semestra majú študenti možnosť získať 40 % hodnotenia, 15 za vybranú analytickú techniku využitú na konkrétnom podniku, 30 za návrh marketingového plánu pre konkrétny podnik. 5 bodov je možné získať za aktivity na cvičeniach. bodov. V skúšobnom období je možné získať 60 bodov. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 bodov, na získanie hodnotenia minimálne 81 bodov, na hodnotenie C minimálne 73 bodov, na hodnotenie D minimálne 66 bodov a na hodnotenie E minimálne 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovel a bude mu udelené hodnotenie FX. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Študent môže získať max. 100 bodov, čo predstavuje 100% hodnotenia. Za rozpracovanie a odovzdanie semestrálnych projektov, 30%, aktívnu prácu v tíme 10% čo je celkove 40%. Semestrálnu prácu v podobe strategického marketingového plánu pre vybranú firmu alebo organizáciu je potrebné odovzdať elektronicky.	
Výsledky vzdelávania: Študenti získajú teoretické poznatky o tom čo je strategický marketing, aké má kompetencie, akú má vo firme úlohu, ako sa koncipujú marketingové ciele a ako sa implementujú. Naučí sa využívať rôzne typy strategických marketingových analýz, vyhodnocovať ich, koncipovať ciele a ovplyvňovať vnútrofirémne procesy i externé faktory. Predmet mu umožní uchopiť strategické	

marketingové aktivity na úrovni podniku, oboznámiť sa s rôznymi metódami a prístupmi, analytickými technikami a alternatívami marketingovej stratégie. Študent po absolvovaní predmetu má vedieť urobiť kvalifikovaný výber analytických metód a postupov, zvládnuť metódy tvorby strategického marketingového plánu podniku a jeho implementácie. Cieľom je vedieť strategický marketingový plán zostaviť, posúdiť, manažovať strategické aktivity a vyhodnocovať úspešnosť plánov. Zmyslom je komplexne samostatne riešiť otázky týkajúce sa strategického marketingu a marketingového plánovania.

Stručná osnova predmetu:

Stručná osnova predmetu:

1. Základné pojmy a termíny

Základné pojmy a ich výklad. Marketing manažment - strategické ciele - strategický marketing, marketingová stratégia. Strategický marketing - ciele a ich typológia - implementácia cieľov.

2. Strategický marketing

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

3. Analytický proces

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

4. Analytický proces v závislosti od pôsobenia firmy

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

5. Konkurenčné výhody

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

6. Marketingová stratégia

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

7. Analýzy makroprostredia a mikroprostredia

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

8. Analýzy interného prostredia

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

9. Špecifická metódy strategického marketingu

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

10. Benchmarking

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

11. Portfóliové analýzy

Portfóliové analýzy – analýzy produktového portfólia, portfólia strategických podnikateľských jednotiek a portfólia značiek. Analýza strategickej pozície. Možnosti vytvárania synergických efektov v portfóliu. Strategická výhoda. 12. Tvorba strategického marketingového plánu Strategický marketingový plán – obsah, tvorba, verifikácia a implementácia. Organizačné usporiadanie a začlenenie marketingových aktivít. Úspešná a neúspešná implementácia, Marketingová kontrola, zmenové faktory. 13. Marketingová stratégia Marketingový plán – marketingový audit, rastová, stabilizačná a útlmová marketingová stratégia. Krízová marketingová stratégia. Reakcia na alternatívne podnety, reakcia na alternatívne podnety, reakcia na krízu i ekonomický rast, zmena marketingovej politiky.																							
Odporúčaná literatúra: 1. HORÁKOVÁ, H.: Strategický marketing. Praha: GradaPublishing 2005 2. JAKUBÍKOVÁ, D.: Strategický marketing, strategie a trendy. Praha: GradaPublishing 2008 3. KOTLER, P. – KELLER, K. L. – BRADY, M. – GOODMAN, M. – HANSEN, T.: Marketing Management. Harlow: PearsonEducationLimited, 2012 4. LESÁKOVÁ, D.: Strategický marketing. Bratislava: Sprint, 2007 5. DUDINSKÁ E, BUDAJOVÁ, G., BUDAJ, P.: Analýzy v marketingovom plánovaní. Poprad: Vydavateľstvo Michala Vaška 2006 6. CHEBEŇ, J.: Strategický marketingový plán. Bratislava: Ekonóm 2009 7. DRUMOND, G., ENSOR, J., ASHFORD, R.: Strategic marketing, planning and control. 2002. Oxford. ISBN 978-0756-8271-8. Dostupné na: http://books.google.sk/books?id=WrmLizZH3RoC&printsec=frontcover&dq=strategic+marketing&hl=en&sa=X&ei=noNjU7HyNOvB7AalloHICA&redir_esc=y#v=onepage&q=strategic%20marketing&f=false 8. WILSON, R., M., S., GILLIGAN, C. Strategic marketing management – planning, implementation and Control. 2005. Oxford. ISBN 0-7506-5938-6 Dostupné na: http://books.google.sk/books?id=bvv-zibROUC&printsec=frontcover&dq=strategic+marketing&hl=en&sa=X&ei=noNjU7HyNOvB7AalloHICA&redir_esc=y#v=onepage&q=strategic%20marketing&f=false																							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SK																							
Poznámky:																							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3 <table border="1"> <thead> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th><th>M</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>100,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td></tr> </tbody> </table>								A	ABS	B	C	D	E	FX	M	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
A	ABS	B	C	D	E	FX	M																
100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																
Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., Mgr. Vladimír Hrček, PhD.																							
Dátum poslednej zmeny: 13.02.2022																							
Schválil:																							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KSP/063AM/17				Názov predmetu: Stratégie a financovanie New Ventures			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
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: 82							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
37,8	0,0	23,17	20,73	9,76	8,54	0,0	0,0
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Mgr. Natália Vančíšinová, 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.KIS/080AM/21	Názov predmetu: Znalostný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Data, knowledge, decision making; Databases; Business intelligence; Big data; Information systems and application software; Statistics; Mathematics;	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Participation in seminars, homework, and elaboration and presentation of the final project. The project can also be a team project (increasing the scope of the project in proportion to the number of students in the team). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Activity at meetings 20% Homework 20% Project 60%	
Výsledky vzdelávania: After completing this course, you will be able to: - Characterize knowledge management, its pillars and dimensions, the benefits of its implementation in companies, historical development, etc. - Define data, information and knowledge; their interdependencies and contexts; - Define different types of knowledge and their treatment. - Define a learning organization as well as a SECI model. - Define the term knowledge carrier and tell examples of knowledge and knowledge carrier interconnections in organizations - Define internal and external structures of the organization's "elusive" (knowledge) assets. - Describe the basic elements in the implementation of knowledge management in the practice of the organization. - Describe the benefits of introducing knowledge management in companies - Describe the sharing - exchange (conversion) of knowledge within the external; internal structures of the organization and between structures. - Get acquainted with various forms of implementation of knowledge management in companies as well as information systems supporting knowledge management; critically evaluate the impacts on knowledge management in the company and develop knowledge management strategies.	
Stručná osnova predmetu:	

1. Introduction to knowledge management and its definition. 2. The role of knowledge management. 3. Historical development of knowledge management. 4. Hierarchy of data, information and knowledge. 5. Classification of knowledge. 6. Definition of knowledge and learning organization 7. Intellectual capital 8. Knowledge economy, knowledge society, learning region 9. Knowledge workers and knowledge capital 10. Knowledge management within the organization 11. Integration of knowledge management 12. Influence of soft skills on knowledge sharing and transfer. 13. IT systems to support knowledge management.
Odporúčaná literatúra: Recommended literature: There are many freely available texts and online sources for information on knowledge management. Because each student's needs and interests differ, none of these are explicitly required, however, following are some resources listed that may be helpful for the course completion. [1] Jennifer Rowley: Strategic Management information systems and Techniques, Blackwell, Manchester and Oxford 1994, ISBN 1-85554-210-2 [2] Turban, E.; Aronson, J.E.; Liang T-P , Decision Support Systems and Intelligent Systems , Pearson/Prentice Hall , 2005 . [3] Power, Daniel J. , Decision Support Systems: Concepts and Resources for Managers , Greenwood Publishing Group , 2002 [4] Davide Moraschi: Business Intelligence with Microstrategy Cookbook, Packt Publishing, Birmingham 2013, ISBN 978-1-78217-975-7 [5] Scott Plous: the Psychology of Judgment and Decision Making, Mcgraw-Hill - ISBN: 0070504776 [6] Daniel Kahneman: Thinking, Fast and Slow, Farrar, Straus and Giroux - ISBN: 0374275637 (Hardcover); 0374533555 (Paperback); 0385676514 (Kindle); 0739357980 (Audio). [7] Williams, F. & Monge, P.: Reasoning With Statistics: How to Read Quantitative Research (5th Edition), Harcourt College Publishers: Fort Worth, Tx 2001, ISBN 0-15-50681-6 [8] Shannon, D.M. & Davenport, M.A.: Using Spss to Solve Statistical Problems: A Self Instruction Guide. Upper Saddle River Nj 2001: Prentice Hall Fotr, J. -- Švecová, L. -- Hružová, H. -- Richter, J. Manažerské Rozhodování : Postupy, Metody A Nástroje. Praha: Ekopress, 2010. 978-80-86929-59-0 [9] Fotr, J. Manažerské Rozhodování : Postupy, Metody A Nástroje. Praha: Ekopress, 2006. 80-86929-15-9 [10] Hružová, H. -- Richter, J. -- Švecová, L. Manažerské Rozhodování (Cvičebnice S Řešenými Příklady). 2003. 802454863
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: English
Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 15							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
40,0	0,0	26,67	0,0	20,0	13,33	0,0	0,0
Vyučujúci: PhDr. Ing. Monika Dávideková, PhD., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 12.10.2021							
Schválil:							