

Informačné listy predmetov

OBSAH

1. 090M/21	Aplikovaný marketing.....	3
2. 283M/21	Audítorstvo.....	7
3. 014M/21	BI nástroje pre spracovanie dát.....	9
4. 277M/21	Business Intelligence.....	11
5. 315M/16	Dáta, znalosti, rozhodovanie.....	14
6. 085M/21	Digitálny marketing.....	16
7. 012M/21	Diplomový projekt.....	18
8. 100M/21	Diplomový seminár I.....	21
9. 101M/21	Diplomový seminár II.....	24
10. 010M/00	E-biznis a e-marketing.....	28
11. 045M/21	Efektívne systémy odmeňovania.....	30
12. 015M/21	Ekonometria.....	32
13. 024M/21	Finančné deriváty.....	34
14. 280M/21	Finančné trhy a inštitúcie.....	36
15. 281M/21	Finančné účtovníctvo a dane.....	38
16. 275M/21	Finančný manažment.....	40
17. 016M/21	Hĺbková analýza dát.....	42
18. 046M/16	Hodnotový manažment a podnikateľské riziká MSP.....	44
19. 101M/21	Intelektuálny kapitál a inovácie.....	47
20. 102M/21	Intrapreneurship.....	49
21. 020M/21	Investovanie na akciových trhoch.....	52
22. 091M/21	Komunikácia v manažmente a v marketingu.....	54
23. 010M/21	Manažérska štatistika.....	57
24. 009M/00	Manažérske rozhodovanie.....	59
25. 282M/21	Manažérske účtovníctvo.....	62
26. 275M/21	Manažment informačných systémov.....	64
27. 019M/21	Manažment portfólií.....	66
28. 276M/21	Manažment projektov.....	69
29. 084M/21	Marketing manažment.....	72
30. 089M/21	Marketingová analytika a vizualizácia dát.....	75
31. 028M/00	Marketingový výskum.....	77
32. 088M/21	Marketing vo vyhľadávacích nástrojoch.....	80
33. 077M/10	Medzinárodné financie.....	82
34. 022M/00	Medzinárodný manažment ľudských zdrojov.....	84
35. 030M/00	Medzinárodný marketing.....	87
36. 279M/21	Modelovanie ekonomických procesov.....	89
37. 05M/21	Obhajoba diplomovej práce (štátnicový predmet).....	91
38. 086M/21	Online marketingové nástroje a aplikácie.....	93
39. 038M/00	Organizačné kultúry (európske špecifiká).....	96
40. 040M/21	Organizačné správanie.....	99
41. 041M/21	Podnikateľská etika.....	102
42. 011M/21	Prax.....	105
43. 023M/00	Procesný manažment.....	107
44. 279M/21	Riešenie reálnych business problémov - prípadové štúdie.....	110
45. 042M/21	Rozvoj manažérskych zručností.....	112
46. 087M/21	Sociálne siete a obsahový marketing.....	115
47. 316M/20	Stratégia organizácie v IKT.....	117

48. 103M/21	Strategické analýzy a strategický controlling.....	119
49. 027M/00	Strategické myslenie a stratégia.....	121
50. 100M/21	Strategický manažment.....	123
51. 077M/16	Strategický marketing.....	125
52. 063M/16	Stratégie a financovanie New Ventures.....	128
53. 099M/12	Súčasné trendy v praxi manažmentu.....	131
54. 022M/21	Trhy s fixným výnosom.....	133
55. 018M/21	Umelá inteligencia a strojové učenie v manažmente, marketingu a financiách.....	135
56. 017M/21	Viacrozmerné metódy analýzy dát.....	137

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/090M/21	Názov predmetu: Aplikovaný 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: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky na absolvovanie predmetu: 60 % priebežné hodnotenie • aktívna účasť na seminároch (v prípade neospravedlnenej neúčasti alebo nepripravenosti na seminár strata 10%), • semestrálna práca na vopred zvolenú a schválenú tému – 60%, 40 % záverečné hodnotenie • skúška – písomný test pozostávajúci zo štyroch otázok Celkové hodnotenie študentov pozostáva zo súčtu percent za prezentovanú semestrálnu prácu a aktívnu účasť a z percent získaných za skúšku. Semestrálna práca je vypracovávaná priebežne na jednotlivých seminároch, konkrétne zadanie je dané vždy s jednotýždňovým predstihom na seminári. Semestrálna práca je komplexne hodnotená vzhľadom na jej kvalitu, odozvu u pedagóga a spolužiakov. Semestrálnu prácu je potrebné vypracovať a odovzdať najneskôr jeden týždeň pred prvým termínom skúšky v tlačenej verzii alebo v elektronickej podobe, resp. poslať elektronickou poštou na lubomira.strazovska@fm.uniba.sk. Najlepšie práce môžu byť publikované v časopise Marketing Science and Inspirations. Práce doručené po stanovenom termíne nebudú akceptované. Semestrálna práca sa odovzdáva bez možnosti dodatočných úprav a dodatočnej výmeny. Maximálny rozsah teoretickej časti je jedna tretina z celkového rozsahu práce. V prácach sa vyžaduje korektné uvádzanie použitých zdrojov podľa normy ISO 690 a ISO 690-2. Jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe získaného celkového počtu percent/bodov, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Pomer hodnotenia je 60 : 40.	
Výsledky vzdelávania: Výsledkom vzdelávania na danom predmete bude naučiť študentov aplikovať marketing v rôznych odvetviach národného hospodárstva. Na príkladoch a prípadových štúdiách z hospodárskej praxe dostanú študenti rozšírené vedomosti ohľadom odvetví obsiahnutých v sylabe. Vysoký stupeň vedomostí a samostatnosti a predvídavosti v známom ako aj neznámom prostredí. Študenti budú pracovať v tímoch a naučia sa iniciatívnosti ako aj zodpovednosti v tíme. Študenti budú mať inovatívne a tvorivé myslenie v jednotlivých odvetviach národného hospodárstva z oblasti marketingu. Odborná prezentácia výsledkov vlastného štúdia alebo vlastnej praxe - študenti prezentujú výsledky svojej seminárnej práce, ktorá tiež slúži ako jedno z hodnotení daného predmetu. Študenti si budú vedieť stanovovať vedecké alebo praktické predpoklady na jednotlivé	

riešenia problémov. Študenti sa naučia analyzovať jednotlivé situácie a abstrahovať procesy v marketingu vo vybraných odvetviach.

Stručná osnova predmetu:

Úvod do problematiky predmetu

Oboznámenie študentov s podmienkami získania kreditov a s obsahovou náplňou prednášok ako aj seminárov. Prehľad tém a plnenia požiadaviek pedagóga. Výber tém študentmi.

Marketing v cestovnom ruchu

Ekonomický význam odvetvia. Špecifiká marketingu v službách cestovného ruchu. Charakter balíka služieb cestovného ruchu. Formy a druhy cestovného ruchu. Klient v cestovnom ruchu. Marketingová komunikácia podniku cestovného ruchu. Ďalšie členenie cestovného ruchu podľa rôznych kritérií.

Marketing v cestovnom ruchu

Marketingový komunikačný mix podniku cestovného ruchu, jeho členenie a podčlenenie. Cestovné kancelárie a sprostredkovatelia služieb. Podnikanie v cestovnom ruchu. Štatistické údaje prenocovaní na Slovensku, rozdelenie podľa štátu a národností, aktuálne údaje.

Marketing v kúpeľníctve

Aktuálna problematika sa bude zaoberať využitím marketingovej teórie v pododvetví CR kúpeľníctve. Ekonomika kúpeľníctva. Subjekty participujúce v kúpeľníctve. Využitie marketingu v kúpeľníctve a v kúpeľných mestách. Slovenské kúpeľné mestá a marketing, propagácia regiónu. Klastre. História využívania marketingu v kúpeľnom meste Piešťany.

Marketing v kúpeľníctve

Problematika sa bude zaoberať využitím marketingovej teórie v pododvetví CR kúpeľníctve. Slovenské kúpeľné mestá a marketing, propagácia regiónu, ponúknutie služieb zákazníkom – kúpeľným hosťom, návštevníkom, pacientom. História a súčasnosť využívania marketingu v kúpeľnom meste Rajec, Teplice, Trenčianske Teplice a Turčianske Teplice.

Marketing v obchode

Definovanie maloobchodu a veľkoobchodu, nákupný proces obchodu, zákaznicke rozhodovanie pri výbere produktu, obchodná marža, jej využitie, spôsob určenia obchodnej marže. Vývoj v obchode ako odvetví počas krízových rokov, pokles tržieb za niektoré činnosti a následné využitie marketingu, členenie priestorov v obchode, marketingové nástroje využívané na podporu pri predaji a iné.

Marketing v obchode

Merchandising – definície, pojmológia v odvetví obchodu, vysvetlenie odborných výrazov v odvetví obchodu, strategická forma predaja tovaru, merchandisingový manažment, strategický merchandising maloobchodnej jednotky, jeho ciele a dimenzie, história merchandisingu. Členenie merchandisingu.

Merchandising a jeho používanie na maloobchodných reťazcoch: Billa, Jednota, Kaufland, Tesco.

Merchandising a jeho technická podpora vo forme výstavných pútačov, iné merchandisingové technické nástroje a ich podpora predaja.

Marketing v športe

Problematika sa bude zaoberať využitím marketingovej teórie v športe. Úvod do marketingu v športe. História využívania marketingu v športe. Marketingové metódy a nástroje v športe. Vytvorenie a implementácia plánu pre marketing v športovom klube. Brand management a sponsoring. Aktivácia sponzorov.

Marketing v športe

Aktuálna problematika sa bude zaoberať využitím marketingovej teórie v športe. Špecifiká marketingu v športe. Využitie marketingu v športe. Marketingová stratégia v športovom klube. Merchandising a fan engagement. Budovanie značky. Case study: Aplikácia marketingu vo futbalových kluboch.

Využitie marketingu v rodinných podnikoch

Definícia rodinného podniku podľa vybraných štátov EÚ. Rodinný podnik a jeho úloha v národnom hospodárstve. Generácie a následníctvo v rodinnom podniku. Dôvody existencie rodinného podniku. Dedenie rodinného podniku. Krajiny/kontinenty s najväčším počtom rodinných podnikov. Marketingové znaky rodinných podnikov. Tradícia a know – how rodinného podniku. Historická genéza rodinných podnikov. Slovenské rodinné podniky a ich využívanie marketingu.

Využitie marketingu v rodinných podnikoch

Aplikácia marketingovej teórie v praxi rodinných podnikov. Praktické príklady využitia marketingu na najstarších rodinných podnikoch vo svete. Príklady využitia marketingu na rodinných podnikoch vo vybraných krajinách EÚ – Taliansko, Rakúsko, Nemecko.

Marketing malej obce

Aplikácia marketingu v stratégii obce ako historický marketing môžu priniesť veľa pozitív obci ako aj obyvateľom obce. Zároveň má aj edukačný prínos. Aplikácia na obci Dolná Krupá. Historický marketing je v súčasnosti dosť využívanou teóriou, ktorú mnohé malé obce a menšie mestá na Slovensku využívajú na prilákanie turistov. Tento druh marketingu prináša mnoho pozitív mestu/obci ako aj obyvateľom. Zároveň má aj výrazný edukačný prínos.

Odporúčaná literatúra:

- [1] JAKUBÍKOVÁ, D. Marketing v cestovnom ruchu. Praha : Grada Publishing, 2009. 325 s. ISBN 978-80-89090-25-4
- [2] KIRÁĽOVÁ, A. Marketing hotelových služieb. 2. vyd. Praha : Ekopres, 2006. 321 s. ISBN 80-86929-05-1
- [3] KITA, J. Nákup a predaj. Bratislava: Wolters Kluwer, 2017. 232 s. ISBN 9788081685521
- [4] KITA, P. – FOLVARČÍKOVÁ, L. Obchodná prevádzka. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2011. 221 s. ISBN 978-80-225-3368-3
- [5] KONŠTIAK, P. Základné aspekty merchandisingu. In: Vybrané kapitoly z obchodnej prevádzky. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2014. 324 s. ISBN 978-80-225-3943-2
- [6] STRÁŽOVSKÁ, H. – STRÁŽOVSKÁ, Ľ. – BAŽÓ, L. Podnikanie malých a stredných podnikov. Bratislava: Sprint, 2013. 320 s. ISBN 9 788089 393886
- [7] STRÁŽOVSKÁ, Ľ. Marketing malého, stredného a rodinného podnikania. Bratislava: Sprint2, 2018. 156 s. ISBN 978-80-89710-43-0
- [8] STRÁŽOVSKÁ, H. a kol. Náuka o obchodnom podnikaní. Bratislava: Sprint, 2014. 334 s. ISBN 978-80-89393-98-5
- [9] ČASLAVOVÁ, E. Management a marketing sportu. Olympia, 2009. 228 s. ISBN 9788073761509
- [10] Les Henokiens - medzinárodná organizácia viac ako storočných rodinných podnikov, www.leshenokiens.com, prípadové štúdie
- [11] Journal of International Marketing
- [12] Marketing Science and Inspirations

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1

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

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

Dátum poslednej zmeny: 30.09.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/283M/21	Názov predmetu: Audítorstvo
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): Finančné účtovníctvo	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1 test - 40 minútový test 20% 1 – Vybraný ISQC alebo ISA standard spracovať 30% 3. Final test 50 % Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 20%, 30%/ 50%	
Výsledky vzdelávania: Po úspešnom absolvovaní tohto kurzu študenti získajú základné znalosti o predmete audítorstva a jeho cieľoch a získajú znalosti o základných audítorských postupoch. Študenti získajú schopnosti preveriť si svoje znalosti a získajú schopnosti realizovať vnútornú kontrolu a aplikovať metódy a nástroje používaných na hodnotenie interných podnikových procesov a činností. Študenti získajú znalosti o platnej legislatíve pre oblasť auditu a uisťovacích službách v SR, slovenský zákon o audite - Zákon č. 423/2015 Z. z. t.j. Zákon o štatutárnom audite a o zmene a doplnení zákona č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov. Študenti budú mať znalosti o základoch auditu, procese auditu, aké sú manažérske podvody a budú vedieť stanoviť riziko auditu, identifikovať a vysvetliť dôvod definovania základných tvrdení vo finančných výkazoch. Vedomosti získajú aj o druhoch audítorských dôkazov a spôsoboch ich zhromaždenia a zápisu v audítorskej dokumentácii. Budú schopní definovať, popísať systém internej (vnútornej kontroly) -jej 5 základných komponentov a vysvetliť obmedzenia všetkých kontrolných systémov. Nadobudnúť znalosti a zručnosti procesu vyhodnotenia audítorskeho rizika. Budú vedieť aké aktivity je potrebné vykonať pred a po prijatí zákazky a nakoniec vedieť, ktoré činnosti sú potrebné na vykonanie ukončenia auditu a zostavenie správy audítora, definovať čo je audítorsky výrok (správa) a jej druhy. Obzvlášť dôležitá je etika v účtovníctve a audite a preto IS QC je potrebné preštudovať a zvládnuť a diskutovať jeho najdôležitejšie témy.	
Stručná osnova predmetu: Stručný sylábus predmetu	

1. Audítorstvo – cieľ a právna úprava audítorstva, Zákon o audite v SR, Audítorske štandardy- GAAS, IAS 2. Základy auditu – proces auditu, manažérske podvody a stanovenie rizika auditu, základné tvrdenia vo finančných výkazoch 3. Audítorske dôkazy a audítorska dokumentácia 4. Zodpovednosť audítora za podvod a chyby pri audite, zodpovednosť klienta, etika v audítorskej činnosti 5. Audítorske postupy - Audítorske postupy pred uzatvorením zákazky -Činnosti pred začatím zákazky a plánovanie auditu, Audit a výpočtová technika 6. Vnútny kontrolný systém – Internal Control 7. Výber audítorskej vzorky 8. Zamestnanecké podvody a audit peňažných prostriedkov 9. Audit cyklu predaja a príjmov (Revenue and collection Cycle) 10. Cyklus nákupov a výdavkov (Acquisition and Expenditure Cycle) 11. Cyklus výroby 12. Financie a cyklus investícií 13. Ukončenie auditu a správa audítora. Ostatné služby audítora, Interný audit, Audit kvality Ekologický audit, Vnútna kontrola							
Odporúčaná literatúra: 1. MADERA F. – AUDIT A AUDÍTORSTVO, 2014. Wolters Kluwer 2. KASZASOVA K., AUDÍTORSTVO, 2005, Bratia Sabovci Zvolen, UMB v BANSKEJ BYSTRICI. 4. LOWERS, RAMSAY, STRAWSER, THIBODEAU - Auditing and Assurance Services , Mc Graw -Hill, International Edition-2013 a neskoršie vydania 5. Zákon č. 423/2015 Z. z. Zákon o štatutárnom audite v poslednom znení, a o zmene a doplnení zákona č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 6							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
50,0	0,0	33,33	16,67	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: prof. RNDr. Darina Saxunová, 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/014M/21	Názov predmetu: BI nástroje pre spracovanie dát
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: Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra bude zadaný projekt, ktorý budú študenti priebežne vypracúvať. Záverečná písomná previerka na skúške trvá 80 minút. Podiel jednotlivých písomiiek na celkovom hodnotení: • Projekt : 30 %, • Písomná záverečná skúška: 70 % z celkového hodnotenia. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 30/70	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Predmet poskytuje študentom možnosť rozvíjať svoje business intelligence zručnosti, vrátane: • rozvoja pochopenia a používania business intelligence („BI“) nástrojov, • pochopenie manažmentu dát, spravovanie dátovej kvality, • schopnosť pochopiť procesovanie dát, transformáciu dát, • schopnosti vytvárania databázových dotazov a ich výstup použiť pre BI nástroje, • schopnosť používať moderné BI softvérové nástroje • schopnosti posudzovať a riešiť rozhodovacie úlohy z manažmentu, marketingu a financií používaním metód BI, a následne ich výsledky prezentovať a interpretovať, • komunikovania a zdôvodňovania pomocou ekonomických zákonitosti a vzťahov výsledky BI modelov, čo im pomôže pre ďalšie štúdium manažmentu (napríklad: ekonomika, finančné riadenie, marketingového riadenia, strategického riadenia, atď.) ako i v ich následnej manažérskej praxi.	
Stručná osnova predmetu: 1. Základy dátovej vedy pre biznis aplikácie 2. Dátový manažment a dátová kvalita 3. Dátová integrácia a manažment dátových zdrojov 4. Automatické procesovanie dát a využitie nástrojov ETL 5. Uloženie dát do SQL a NoSQL databáz, následná ich extrakcia do objektov využiteľných pre BI nástroje 6. Tvorba biznis hodnôt na základe dát	

7. Používanie BI nástrojov
8. Reportovanie a vizualizácie biznis procesov a dát v BI nástrojoch (Qlik sense, Power BI)

Odporúčaná literatúra:

1. Deckler, G.: Learn Power BI : A Beginner's Guide to Developing Interactive Business Intelligence Solutions Using Microsoft Power BI. Packt Publishing, Limited, 2019, ISBN: 9781838646653
2. Russo, M., Ferrari, A.: The Definitive Guide to DAX: Business intelligence with Microsoft Excel, SQL Server Analysis Services, and Power BI. Microsoft Press, 2019, ISBN: 9781509306978

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 5

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
80,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0

Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., David Balla, 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.KIS/277M/21	Názov predmetu: Business Intelligence
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je vsúlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Priebežné hodnotenie za semester (100 bodov)•10 bodov –mid-term test•20 bodov–test•60 bodov–projekt•10 bodov–prezentácia na stanovenú tému	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu získa študent vedomosti o možnostiach nasadenia nástrojov BI, bude vedieť na základe stanovených KPI identifikovať zdroje dát na KPI, rozumieť procesu ETL, vytvoriť dátový model a navrhnuť parametre nástroja BI vhodného pre konkrétny subjekt. Predmet sa bude snažiť ísť aj za rámec možností BI. Konkrétne problematika predmetu bude mať za cieľ poskytnúť študentom základné a potrebné znalosti, aby po absolvovaní kurzu mohli určiť, kedy daná doména je naozaj veľmi komplexná, a koľko a akých rozhodnutí je nutné robiť pri manažovaní danej domény. Hlavným cieľom bude tiež zistiť, ako analyzovať, navrhovať, implementovať a overiť systémy podpory rozhodovania (DSS), pre tento druh domén. Kľúčovými témami predmetu bude najmä integrácia modelov umelej inteligencie a štatistických modelov, a získavanie znalostí z dát.	
Stručná osnova predmetu: 1.Účel BI v kontexte manažérskej práce. 2.Analytický riadená organizácia, koeficient analytickej inteligencie. 3.Typické biznis problémy, stanovenie KPI. Typické technické problémy: heterogénne systémy, rôzne zdroje dát, rôzne (nejednotné, prípadne nekonzistentné) dátové modely, dáta včase, dáta a informácie, ktoré nie sú priamo v operačných/transakčných systémoch, rôzna kvalita dáta v rôznych systémoch (a rôzne nároky kvalita x cena), obmedzenia reportingu z operačných/transakčných systémov, dáta v.xls(x) tabuľkách u používateľov. 4.Dátové sklady, účel a prínosy.	

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

Odporúčaná literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

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

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 14

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
64,29	0,0	14,29	0,0	0,0	0,0	0,0	21,43

Vyučujúci: RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 28.10.2021
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/315M/16	Názov predmetu: Dáta, znalosti, rozhodovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): informačné systémy a aplikačný softvér, štatistika, matematika, finančný manažment,	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Účasť na seminároch, domáce úlohy, a vypracovanie a prezentovanie záverečného projektu. Projekt môže byť aj tímový (odporúčanie: maximálne dvaja študenti). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Grading 40% Homework 40 pts 60% Group Project: Proposal 10 pts. Midterm report 10 pts. Final Poster/Presentation/Paper 30 pts. Answers to questions in discussion 10 pts.	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní tohto kurzu: - Budete vedieť vybrať a vyhodnotiť rôzne typy údajov, ktoré sa majú použiť pri rozhodovaní. - Na získanie obhájiteľných záverov, založených na údajoch budete vedieť používať vhodné štatistické, analytické, popisné a prediktívne metódy; - Naučíte sa používať vhodné štatistické metódy na riešenie rozhodovacích problémov. - Na prípravu, spracovanie a analýzu údajov budete vedieť použiť MS Excel alebo Wolfram Mathematica. - Tiež sa naučíte kriticky vyhodnotiť analýzy údajov a vypracovať stratégie na lepšie rozhodnutia.	
Stručná osnova predmetu: Úvod: rozhodovacie procesy, príklady, modely, návrh, validita vizualizácia údajov, spracovanie údajov, Solver (riešiteľ) pravdepodobnosť, testovanie hypotéz, regresia, korelácia, analýza chýb, rozhodovacie stromy, CPM	
Odporúčaná literatúra: Odporúčaná literatúra: [1] KAHNEMAN, D. Thinking, Fast and Slow. Farrar, Straus and Giroux. ISBN 03-745-3355-5 [2] MORASCHI, D. 2013. Business Intelligence with MicroStrategy Cookbook. Birmingham : Packt Publishing, 2013. ISBN 978-17-821-7975-7	

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Znalosť anglického jazyka je nutná.

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 46

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
86,96	0,0	4,35	4,35	0,0	0,0	2,17	2,17

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

Dátum poslednej zmeny: 05.10.2019

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/085M/21	Názov predmetu: Digitálny 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: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (40 percent), skúška v skúškovom období (60 percent). • Priebežné hodnotenie: aktívna účasť na výučbe, absolvovanie písomného testu – 20 percent. • Semestrálny projekt – aplikácia získaných teoretických znalostí na vybranú organizáciu – 20 percent. • Záverečné hodnotenie – písomný test (60 percent). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Priebežné hodnotenie za semester (40 percent), skúška v skúškovom období (60 percent).	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študent získa komplexnú bázu informácií z prostredia digitálneho marketingu, porozumie jeho kľúčovým konceptom vrátane výhod a limitácií. Ďalej bude schopný pracovať so získanými vedomosťami v digitálnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: 1. Porovnanie tradičného a digitálneho marketingu. 2. Digitálny marketing a jeho základné koncepty. 3. Digitálne prostredie. 4. Digitálny marketingový mix. 5. Špecifiká správania zákazníkov v digitálnom prostredí. 6. Digitálny marketingový výskum a analytika. 7. Digitálna marketingová komunikácia. 8. Nástroje digitálnej marketingovej komunikácie. 9. Meranie účinnosti digitálnej marketingovej komunikácie. 10. Digitálne marketingové stratégie. 11. GDPR a ochrana spotrebiteľa v digitálnom prostredí. 12. Nové trendy v digitálnom marketingu. 13. Marketing 4.0.	
Odporúčaná literatúra:	

- [1] DODSON, I. 2016. The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns. Hoboken : John Wiley and Sons, 2016, 400 p. ISBN 978-11-192-6570-2
- [2] HEINZE, A. – FLETCHER, G. – RASHID, T. – CRUZ, A. 2016. Digital and Social Media Marketing: A Results-Driven Approach. Abingdon : Routledge, 2016, 346 p. ISBN 978-11-389-1791-0
- [3] CHAFFEY, D. – SMITH, Pr. 2017. Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. 5th Edition. Abingdon : Routledge, 2017, 690 p. ISBN 987-11-381-9170-9
- [4] KIRBY, J. – MARSDEN, P. 2016. Connected Marketing. Abingdon : Routledge, 2016, 320 p. ISBN 978-11-381-5269-4
- [5] KOLEKTÍV AUTOROV 2021. Uspejte v online. Čo najlepši marketéri vedie, robia a hlásajú. Bratislava: Performics Slovakia, 2021, 291 s. ISBN 978-80-973694-0-8
- [6] KOTLER, P. – KARTAJAYA, H. – SETIAWAN, I. 2017. Marketing 4.0. Hoboken : John Wiley and Sons, 2017, 184 p. ISBN 987-11-193-4120-8
- [7] LABSKÁ, H. a kol. 2014. Marketingová komunikácia. Bratislava : Ekonóm, 2014, 324 s. ISBN 978-80-225-3852-7
- [8] SCOTT, D. M. 2017. The New Rules of Marketing & PR. How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, New Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly. 6th Edition. Hoboken : John Wiley and Sons, 2017, 448 p. ISBN 978-11-193-6241-8
- [9] SPONDER, M. – KHAN, G. F. 2017. Digital Analytics for Marketing. Abingdon : Routledge, 2017, 310 p. ISBN 978-11-381-9068-9
- [10] WRIGHT, T. – SNOOK, CH. J. 2016. Digital Sense: The Common Sense Approach to Effectively Blending Social Business Strategy, Marketing Technology, and Customer Experience. Hoboken : John Wiley and Sons, 2016, 304 p. ISBN 978-11-192-9170-1
- [11] 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/>.
- [12] Ďalšie zdroje budú priebežne doplňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 41

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
29,27	0,0	48,78	7,32	0,0	0,0	9,76	4,88

Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, 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/012M/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:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Diplomový seminár I, Diplomový seminár II	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe získaného celkového počtu bodov, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 0/100	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študent získa komplexnú bázu informácií potrebnú pre integráciu poznatkov získaných počas magisterského stupňa štúdia, poznatkov získaných samostatným štúdiom domácej a zahraničnej odbornej literatúry a poznatkov z hospodárskej praxe, ktoré sú v konečnom dôsledku aplikované v diplomovej práci.	
Stručná osnova predmetu: 1. Reflexia témy diplomovej práce v odbornej literatúre a konkrétne riešenie daného problému. 2. Kompletizácia analytickej a empirickej časti diplomovej práce. 3. Profilácia odporúčaní pre prax súčasného manažmentu využiteľných v rôznych predmetoch činnosti, v rôznych odvetviach národného hospodárstva. 4. Konzultácie k príprave obhajoby diplomovej práce a kolokviálnej diskusii z úrovne poznatkov absolventa druhého stupňa štúdia z oblasti poznania študijného odboru Ekonomia a manažment.	
Odporúčaná literatúra: [1] ADAMS, John, KHAN, Hafiz T. A. a Robert RAESIDE. Research Methods for Business and Social Science Students. SAGE Publications, 2014. Dostupné na internete: https://ebookcentral.proquest.com/lib/uniba-ebooks/detail.action?docID=1698991 [2] BAČÁROVÁ, R. 2012. Právne a etické aspekty písania záverečných prác na objednávku. In : Právo, veda a umenie. Vedecký elektronický časopis so zameraním na oblasť práva duševného vlastníctva, 2012, č. 1, s. 10-13. ISSN 1338-774X	

- [3] D O'GORMAN, Kevin, a Robert MACINTOSH. Research Methods for Business and Management: A Guide to Writing Your Dissertation. Goodfellow Publishers, Limited, 2014. Dostupné na internete: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uniba-ebooks/detail.action?docID=4531612>
- [4] ECO, U. 1997. Jak napsat diplomovou práci. Olomouc : Votobia, 1997. 271 s. ISBN 80-7198-173-7
- [5] GAVORA, P et al., 2010. Elektronická učebnica pedagogického výskumu [online]. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave [cit. 2019-05-27]. ISBN 978-80-223-2951-4. Dostupné na internete: <http://www.e-metodologia.fedu.uniba.sk/>
- [6] GRUBA, P. – ZOBEL, J. 2017. How To Write Your First Thesis. Cham : Springer, 2017. Dostupné na internete: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-61854-8.pdf>
- [7] HENDL, Jan a Jiří REMR. Metody a výzkumu a evaluace. Praha: Portál, 2017. ISBN 978-80-262-1192-1
- [8] KATUŠČÁK, D. 2007. Ako písať záverečné a kvalifikačné práce: Ako písať bakalárske, diplomové, dizertačné, špecializačné, habilitačné práce, seminárne a ročníkové práce, práce študentskej vedeckej a odbornej činnosti; ako urobiť bibliografické odkazy a citovať tradičné a elektronické dokumenty. 4. vydanie. Nitra : Enigma, 2007, 162 s. ISBN 978-80-89132-45-4
- [9] LICHNEROVÁ, L. 2016. Písanie a obhajoba záverečných prác: vysokoškolské skriptá pre študentov Univerzity Komenského v Bratislave [online]. Bratislava: Stimul [cit. 2019-05-27]. ISBN 978-80-8127-155-7. Dostupné na internete: http://stella.uniba.sk/texty/LL_pisanie_obhajoba_zaverecne_prace.pdf
- [10] MAYLOR, H. – BLACKMON, K. – HUEMANN, M. 2005. Researching Business and Management. London : Palgrave, 2005. Dostupné na internete: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-1-137-11022-0.pdf>
- [11] MEŠKO, D. – KATUŠČÁK, D. – FINDRA, J. a kolektív. 2013. Akademická príručka – Chcete byť úspešní na vysokej škole? 3. vydanie. Martin : Vydavateľstvo Osveta, 2005. ISBN 978-80-8063-392-9
- [12] QUINLAN, Christina et al. Business Research Methods. Andover: Cengage Learning EMEA, 2015. ISBN 978-1-4737-0485-5
- [13] QUINLAN, Christina. Business Research Methods. Hampshire: South-Western Cengage Learning. 2011. ISBN 978-1-4080-0779-2
- [14] SREEJESH, S. – MOHAPATRA, S. – ANUSREE, M. R. 2014. Business Research Methods: An Applied Orientation. Cham : Springer, 2014. Dostupné na internete: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-00539-3.pdf>
- [15] ŠANDEROVÁ, J. 2014. Jak číst a psát odborný text ve společenských vědách. Praha : Sociologické nakladatelství (SLON), 2014, 209 s. ISBN 978-80-86429-40-3
- [16] TUREK, I. 2015. Tajomstvo úspešného štúdia na vysokej škole (alebo ako na to, aby učenie nebolo mučenie). Bratislava : Wolters Kluwer, 2015, 168 s. ISBN 978-80-8168-157-8
- [17] VYMĚTAL, J. 2010. Informační zdroje v odborné literatuře. Praha : Wolters Kluwer Česká republika, 2010, 436 s. ISBN 978-80-7357-520-5
- [18] STN 01 6910:2011, Pravidlá písania a úpravy písomností
- [19] STN ISO 214:1998, Dokumentácia – Abstrakty (referáty) pre publikácie a dokumentáciu
- [20] STN ISO 690:2012, Informácia a dokumentácia – Návod na tvorbu bibliografických odkazov na informačné pramene a ich citovanie
- [21] STN ISO 832:1998, Informácie a dokumentácia – Bibliografický popis a odkazy – Pravidlá skracovania bibliografických termínov

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

Poznámky:

Hodnotenie udeľuje vedúci diplomovej práce na základe hodnotenia priebežnej a systematickej práce na spracovaní témy diplomovej práce.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 157

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
68,15	0,0	19,75	2,55	3,82	3,82	1,91	0,0

Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniiová, PhD., Mgr. Jozef Metke, PhD., doc. Mgr. Emília Charfaoui, CSc., prof. Ing. Ľubica Bajzíkiová, 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. Ing. Jana Kajanová, PhD., doc. PhDr. Paulína Mihaľová, PhD., Mgr. Martin Vozár, 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., PhDr. Lívia Bott Domonkos, PhD., Mgr. Vladimír Hrček, PhD., doc. Ing. Andrej Miklošík, PhD., Mgr. František Olšavský, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., Mgr. Ing. Miroslav Reiter, doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, 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., Mgr. Rita Szalai, PhD., Mgr. Eleonóra Beňová, PhD., doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., Mgr. Július Selecký, PhD., Ing. Rastislav Kulháněk, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., PhDr. Peter Veselý, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., Ing. Peter Balco, 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., doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., doc. PhDr. Marian Šuplata, PhD., Mgr. Eva Brestovanská, PhD., doc. Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., PhDr. Matúš Baráth, PhD., Mgr. Janka Kottulová, PhD., Mgr. Silvester Krčméry, 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/100M/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: Jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe získaného celkového počtu bodov, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 0/100	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študent získa komplexnú bázu poznatkov týkajúcu sa tvorby a spracovania textu do podoby diplomovej práce, ktorú študent spracúva na úrovni vedeckej štúdie s reprezentatívnym výberom odbornej literatúry, s vhodne zvolenými vedeckými postupmi, hypotézami, ktoré je možné verifikovať, v študijnom odbore Ekonómia a manažment.	
Stručná osnova predmetu: 1. Prezentovanie tém diplomových prác z hľadiska jednotlivých funkčných oblastí s akcentom na súčasné trendy. 2. Vypracovanie rešerše dostupných materiálov zodpovedajúcich požiadavkám spracovania teoretických východísk tak, aby ich spracovaním študent preukázal schopnosť vytvoriť prehľad riešenej problematiky doma a v zahraničí. Rešerš má vychádzať predovšetkým z knižných zdrojov (monografie, učebnice, zborníky), elektronických zdrojov dostupných licencovaných a voľne prístupných e-periodík pre UK, prípadne iných (s ohľadom na riešenie témy diplomovej práce). Systém práce s odbornou literatúrou. 3. Usporiadanie a zoradenie vyhladaných materiálov tak, aby zodpovedali predstave autora o štruktúre práce a rešpektovali logickú nadväznosť, vzťahy a súvislosti. 4. Formulácia hlavného cieľa diplomovej práce v súlade s požiadavkami reálnej dosiahnuteľnosti, merateľnosti, akceptovateľnosti a verifikovateľnosti. 5. Opakované prehodnotenie zvolenej témy diplomovej práce na pozadí získaných materiálov, prípadná úprava (zúženie/rozšírenie problematiky diplomovej práce).	

6. V spolupráci s vedúcim práce precizácia formulácie cieľov diplomovej práce (hlavného a parciálnych) v súlade s požiadavkami reálnej dosiahnuteľnosti, merateľnosti, akceptovateľnosti a verifikovateľnosti.
7. Plagiátorstvo a jeho rôzne formy. Právne a etické aspekty písania záverečných prác na objednávku. Záverečné práce z pohľadu práva. Etické pravidlá súvisiace s rešpektovaním duševného vlastníctva iných.

Odporúčaná literatúra:

- [1] ADAMS, John, KHAN, Hafiz T. A. a Robert RAESIDE. Research Methods for Business and Social Science Students. SAGE Publications, 2014. Dostupné na internete: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uniba-ebooks/detail.action?docID=1698991>
- [2] BAČÁROVÁ, R. 2012. Právne a etické aspekty písania záverečných prác na objednávku. In : Právo, veda a umenie. Vedecký elektronický časopis so zameraním na oblasť práva duševného vlastníctva, 2012, č. 1, s. 10-13. ISSN 1338-774X
- [3] D O'GORMAN, Kevin, a Robert MACINTOSH. Research Methods for Business and Management: A Guide to Writing Your Dissertation. Goodfellow Publishers, Limited, 2014. Dostupné na internete: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uniba-ebooks/detail.action?docID=4531612>
- [4] ECO, U. 1997. Jak napsat diplomovou práci. Olomouc : Votobia, 1997. 271 s. ISBN 80-7198-173-7
- [5] GAVORA, P et al., 2010. Elektronická učebnica pedagogického výskumu [online]. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave [cit. 2019-05-27]. ISBN 978-80-223-2951-4. Dostupné na internete: <http://www.e-metodologia.fedu.uniba.sk/>
- [6] GRUBA, P. – ZOBEL, J. 2017. How To Write Your First Thesis. Cham : Springer, 2017. Dostupné na internete: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-61854-8.pdf>
- [7] HENDL, Jan a Jiří REMR. Metody a výzkumu a evaluace. Praha: Portál, 2017. ISBN 978-80-262-1192-1
- [8] KATUŠČÁK, D. 2007. Ako písať záverečné a kvalifikačné práce: Ako písať bakalárske, diplomové, dizertačné, špecializačné, habilitačné práce, seminárne a ročníkové práce, práce študentskej vedeckej a odbornej činnosti; ako urobiť bibliografické odkazy a citovať tradičné a elektronické dokumenty. 4. vydanie. Nitra : Enigma, 2007, 162 s. ISBN 978-80-89132-45-4
- [9] LICHNEROVÁ, L. 2016. Písanie a obhajoba záverečných prác: vysokoškolské skriptá pre študentov Univerzity Komenského v Bratislave [online]. Bratislava: Stimul [cit. 2019-05-27]. ISBN 978-80-8127-155-7. Dostupné na internete: http://stella.uniba.sk/texty/LL_pisanie_obhajoba_zaverecne_prace.pdf
- [10] MAYLOR, H. – BLACKMON, K. – HUEMANN, M. 2005. Researching Business and Management. London : Palgrave, 2005. Dostupné na internete: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-1-137-11022-0.pdf>
- [11] MEŠKO, D. – KATUŠČÁK, D. – FINDRA, J. a kolektív. 2013. Akademická príručka – Chcete byť úspešní na vysokej škole? 3. vydanie. Martin : Vydavateľstvo Osveta, 2005. ISBN 978-80-8063-392-9
- [12] QUINLAN, Christina et al. Business Research Methods. Andover: Cengage Learning EMEA, 2015. ISBN 978-1-4737-0485-5
- [13] QUINLAN, Christina. Business Research Methods. Hampshire: South-Western Cengage Learning. 2011. ISBN 978-1-4080-0779-2
- [14] SREEJESH, S. – MOHAPATRA, S. – ANUSREE, M. R. 2014. Business Research Methods: An Applied Orientation. Cham : Springer, 2014. Dostupné na internete: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-00539-3.pdf>
- [15] ŠANDEROVÁ, J. 2014. Jak číst a psát odborný text ve společenských vědách. Praha : Sociologické nakladatelství (SLON), 2014, 209 s. ISBN 978-80-86429-40-3

- [16] TUREK, I. 2015. Tajomstvo úspešného štúdia na vysokej škole (alebo ako na to, aby učenie nebolo mučenie). Bratislava : Wolters Kluwer, 2015, 168 s. ISBN 978-80-8168-157-8
- [17] VYMĚTAL, J. 2010. Informační zdroje v odborné literatuře. Praha : Wolters Kluwer Česká republika, 2010, 436 s. ISBN 978-80-7357-520-5
- [18] STN 01 6910:2011, Pravidlá písania a úpravy písomností
- [19] STN ISO 214:1998, Dokumentácia – Abstrakty (referáty) pre publikácie a dokumentáciu
- [20] STN ISO 690:2012, Informácia a dokumentácia – Návod na tvorbu bibliografických odkazov na informačné pramene a ich citovanie
- [21] STN ISO 832:1998, Informácie a dokumentácia – Bibliografický popis a odkazy – Pravidlá skracovania bibliografických termínov

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 175

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
60,0	0,0	12,57	8,57	1,71	12,57	1,71	2,86

Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. PhDr. Paulína Mihaľová, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., Mgr. Martin Vozár, 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., doc. Mgr. Veronika Gežík, 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. Mgr. Emília Charfaoui, CSc., Mgr. Maroš Bobulský, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, 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. Rita Szalai, PhD., doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD., prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., doc. Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., doc. PhDr. Marian Šuplata, PhD., PhDr. Lívia Bott Domonkos, PhD., prof. Ing. Ľubica Bajzík, 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., doc. JUDr. PhDr. Silvia Treľová, PhD., Mgr. Eleonóra Beňová, PhD., PaedDr. Jarmila Brtková, PhD., doc. JUDr. PhDr. Tomáš Peráček, PhD., PhDr. Ing. Monika Dávideková, PhD., Mgr. Lenka Procházková, PhD., Mgr. Július Selecký, PhD., doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD., Ing. Robert Furda, PhD., prof. Ing. Dušan Šoltés, CSc., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., PharmDr. Katarína Uchal', PhD., PhDr. Peter Veselý, PhD., Ing. Miloslav Chalupka, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD., doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD., prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD., Ing. Rastislav Kulhánek, PhD., Mgr. Alexandra Mittelman, PhD., MBA

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/101M/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:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Diplomový seminár I	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe získaného celkového počtu bodov, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 0/100	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študent získa komplexnú bázu poznatkov týkajúcu sa tvorby a spracovania textu tých častí diplomovej práce, ktoré pojednávajú o cieľoch (hlavnom a parciálnych) diplomovej práce a použitých metódach vedeckej práce v jednotlivých štádiách spracovania diplomovej práce. Ďalej získa poznatkovú bázu potrebnú pre spracovanie empirickej časti diplomovej práce spracovanej v rámci štúdia v študijnom odbore Ekonómia a manažment.	
Stručná osnova predmetu: 1. Výber adekvátnych metód skúmania problematiky diplomovej práce. Techniky a štýly vedeckej práce. 2. Formulácia hypotéz, ktoré predstavujú predpoklad alebo domnienku, ktorú chce študent overiť v diplomovej práci. Zhodnotenie opodstatnenosti a oprávnenosti stanovených hypotéz. 3. Spracovanie časového plánu riešenia témy diplomovej práce (odsúhlasenie témy, príprava teoretických východísk, orientácia a štúdium v odbornej literatúre, spracovanie logického rámca, formulácia vlastného prínosu práce, spracovanie metodiky práce, realizácia výskumu (primárneho, sekundárneho), spracovanie prvopisu práce, formulácia záverov, korektúry textu práce). 4. Spracovanie teoretických východísk diplomovej práce rešpektujúc požiadavky nových trendov v manažmente. Tvorba textu teoretickej kapitoly diplomovej práce, spresňovanie vzťahov a formulácií jednotlivých komponentov textu. 5. Ohraničenie skúmaného problému diplomovej práce.	

6. Voľba metodického prístupu k téme diplomovej práce – kvalitatívny výskum vs. kvantitatívny výskum, primárny vs. sekundárny výskum. Ciele a úlohy výskumu. Plán výskumu. Realizácia výskumu.
7. Etika výskumu.
8. Naplnenie jednotlivých častí osnovy diplomovej práce z preštudovaných materiálov a zrealizovaného výskumu. Doplnenie o vlastné poznatky a výsledky rešpektujúc kritické myslenie.
9. Spracovanie prvopisu textu diplomovej práce.

Odporúčaná literatúra:

- [1] ADAMS, John, KHAN, Hafiz T. A. a Robert RAESIDE. Research Methods for Business and Social Science Students. SAGE Publications, 2014. Dostupné na internete: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uniba-ebooks/detail.action?docID=1698991>
- [2] BAČÁROVÁ, R. 2012. Právne a etické aspekty písania záverečných prác na objednávku. In : Právo, veda a umenie. Vedecký elektronický časopis so zameraním na oblasť práva duševného vlastníctva, 2012, č. 1, s. 10-13. ISSN 1338-774X
- [3] D O'GORMAN, Kevin, a Robert MACINTOSH. Research Methods for Business and Management: A Guide to Writing Your Dissertation. Goodfellow Publishers, Limited, 2014. Dostupné na internete: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uniba-ebooks/detail.action?docID=4531612>
- [4] ECO, U. 1997. Jak napsat diplomovou práci. Olomouc : Votobia, 1997. 271 s. ISBN 80-7198-173-7
- [5] GAVORA, P et al., 2010. Elektronická učebnica pedagogického výskumu [online]. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave [cit. 2019-05-27]. ISBN 978-80-223-2951-4. Dostupné na internete: <http://www.e-metodologia.fedu.uniba.sk/>
- [6] GRUBA, P. – ZOBEL, J. 2017. How To Write Your First Thesis. Cham : Springer, 2017. Dostupné na internete: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-61854-8.pdf>
- [7] HENDL, Jan a Jiří REMR. Metody a výzkumu a evaluace. Praha: Portál, 2017. ISBN 978-80-262-1192-1
- [8] KATUŠČÁK, D. 2007. Ako písať záverečné a kvalifikačné práce: Ako písať bakalárske, diplomové, dizertačné, špecializačné, habilitačné práce, seminárne a ročníkové práce, práce študentskej vedeckej a odbornej činnosti; ako urobiť bibliografické odkazy a citovať tradičné a elektronické dokumenty. 4. vydanie. Nitra : Enigma, 2007, 162 s. ISBN 978-80-89132-45-4
- [9] LICHNEROVÁ, L. 2016. Písanie a obhajoba záverečných prác: vysokoškolské skriptá pre študentov Univerzity Komenského v Bratislave [online]. Bratislava: Stimul [cit. 2019-05-27]. ISBN 978-80-8127-155-7. Dostupné na internete: http://stella.uniba.sk/texty/LL_pisanie_obhajoba_zaverecne_prace.pdf
- [10] MAYLOR, H. – BLACKMON, K. – HUEMANN, M. 2005. Researching Business and Management. London : Palgrave, 2005. Dostupné na internete: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-1-137-11022-0.pdf>
- [11] MEŠKO, D. – KATUŠČÁK, D. – FINDRA, J. a kolektív. 2013. Akademická príručka – Chcete byť úspešní na vysokej škole? 3. vydanie. Martin : Vydavateľstvo Osveta, 2005. ISBN 978-80-8063-392-9
- [12] QUINLAN, Christina et al. Business Research Methods. Andover: Cengage Learning EMEA, 2015. ISBN 978-1-4737-0485-5
- [13] QUINLAN, Christina. Business Research Methods. Hampshire: South-Western Cengage Learning. 2011. ISBN 978-1-4080-0779-2
- [14] SREEJESH, S. – MOHAPATRA, S. – ANUSREE, M. R. 2014. Business Research Methods: An Applied Orientation. Cham : Springer, 2014. Dostupné na internete: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-00539-3.pdf>

- [15] ŠANDEROVÁ, J. 2014. Jak číst a psát odborný text ve společenských vědách. Praha : Sociologické nakladatelství (SLON), 2014, 209 s. ISBN 978-80-86429-40-3
- [16] TUREK, I. 2015. Tajomstvo úspešného štúdia na vysokej škole (alebo ako na to, aby učenie nebolo mučenie). Bratislava : Wolters Kluwer, 2015, 168 s. ISBN 978-80-8168-157-8
- [17] VYMĚTAL, J. 2010. Informační zdroje v odborné literatuře. Praha : Wolters Kluwer Česká republika, 2010, 436 s. ISBN 978-80-7357-520-5
- [18] STN 01 6910:2011, Pravidlá písania a úpravy písomností
- [19] STN ISO 214:1998, Dokumentácia – Abstrakty (referáty) pre publikácie a dokumentáciu
- [20] STN ISO 690:2012, Informácia a dokumentácia – Návod na tvorbu bibliografických odkazov na informačné pramene a ich citovanie
- [21] STN ISO 832:1998, Informácie a dokumentácia – Bibliografický popis a odkazy – Pravidlá skracovania bibliografických termínov

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie udeľuje vedúci diplomovej práce na základe hodnotenia priebežnej a systematickej práce na spracovaní témy diplomovej práce.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 199

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
66,33	0,0	10,05	6,53	3,02	5,03	9,05	0,0

Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. PhDr. Paulína Mihaľová, PhD., prof. Ing. Ľubica Bajžíková, 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., doc. Ing. Jana Kajanová, 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 Paškrťová, PhD., Mgr. Katarína Rentková, PhD., prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., doc. Ing. Zuzana Stoličná, PhD., Mgr. Martin Vozár, PhD., doc. Mgr. Veronika Gežík, PhD., Mgr. Eleonóra Beňová, PhD., doc. JUDr. PhDr. Tomáš Peráček, PhD., PhDr. Ing. Monika Dávideková, PhD., Mgr. Lenka Procházková, PhD., Mgr. Július Selecký, PhD., doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. JUDr. PhDr. Silvia Treľová, PhD., PhDr. Peter Veselý, PhD., Ing. Miloš Chalupka, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD., doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD., prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD., Ing. Rastislav Kulhánek, PhD., Mgr. Alexandra Mittelman, PhD., MBA, Ing. Peter Balco, PhD., Mgr. Jozef Metke, 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. Ing. Jarmila Wefersová, PhD., 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. Rita Szalai, PhD., doc. PhDr. Marian

Šuplata, PhD., PhDr. Livia Bott Domonkos, PhD., Mgr. Eva Brestovanská, PhD., PhDr. Matúš Baráth, 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.KIS/010M/00	Názov predmetu: E-biznis a e-marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu si osvojí základné princípy podnikania na internete. Predmet prináša veľmi praktické aplikovanie všetkých foriem e-marketingu a vytvorenie vlastného eshopu, ktorý je súčasťou absolvovania predmetu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Predstavenie predmetu a rozdelenie projektov 2. História a technologický prierez internetom 3. Oblasti a princípy podnikania na internete 4. Prieskum e-trhu 5. Vytvorenie web stránky a e-shopu 6. Úvod do E-marketingu 7. E-marketing v praxi 8. Webové nástroje a aplikácie 9. Tvorba strategického e-biznis plánu 10. Princípy efektívneho e-biznisu 11. Návyky úspešného obchodníka 12. Etika a legislatíva na internete	
Odporúčaná literatúra: Polgari: Tvorba zarabajúceho webu; Affiliate sieť Dognet; 2019; 507 strán; ISBN13 9788089969029; Jason Fried David, Heinemeier Hansson: Reštart; Jan Melvil publishing; 2010; 288 strán; ISBN13 9788087270042 Byron Sharp: Jak se budují značky; Edice knihy Omega; 2018; 248 strán; ISBN13 9788073906184 Dan Ariely: Ako drahé je zdarma; Práh; 2009; 215 strán; ISBN13 9788072522392	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	

slovenský						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov						
Celkový počet hodnotených študentov: 576						
A	ABS	B	C	D	E	FX
71,53	0,0	13,89	5,9	3,13	0,69	4,86
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 11.04.2022						
Schválil:						

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/045M/21	Názov predmetu: Efektívne systémy odmeňovania
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (70 percent), skúška v skúškovom období (30 percent). • 5 percent – individuálne zadanie. • 7 percent – aktívna účasť na riešení úloh na seminároch. • 15 percent – prípadová štúdia (skupinová) – fáza 1. • 15 percent – prípadová štúdia (skupinová) – fáza 2. • 15 percent – prípadová štúdia (skupinová) – fáza 3. • 5 percent – hodnotenie tímovej spolupráce. • 30 percent – písomná skúška. Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent.	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia so základmi tvorby systémov odmeňovania, mzdovými faktormi, metódami hodnotenia a oceňovania práce, so mzdovými systémami a ich formami. Postupy tvorby systému odmeňovania v organizácii z hľadiska prepojenia podnikateľskej stratégie na stratégiu odmeňovania aplikujú na celosemestrálnej prípadovej štúdii. Zároveň získajú reálne skúsenosti nielen s tvorbou systémov odmeňovania, ale aj prezentovaním a obhajobou svojich návrhov (v jednotlivých fázach projektu) pred externými hodnotiteľmi, čím nadobudnú reálnu skúsenosť s prácou na komplexnom projekte v úzkej spolupráci s praxou.	
Stručná osnova predmetu: 1. Podstata systému odmeňovania, prvky mzdového systému 2. Stratégia odmeňovania a jej prepojenie s podnikateľskou stratégiou 3. Vnútorňa rovnováha mzdového systému v organizácii, postupy a hodnotenie pracovných pozícií 4. Vplyv vonkajšieho prostredia na tvorbu mzdového modelu	

5. Formy odmeňovania.
6. Vzťah odmeňovania a motivácie
7. Zamestnanecké výhody a ich význam pri tvorbe celkového odmeňovania
8. Vklad zamestnancov v tvorbe systému odmeňovania.
9. Medzinárodné odmeňovanie.

Odporúčaná literatúra:

- [1] BAJZÍKOVÁ, Ľ. 2006. Systémy odmeňovania. Bratislava : Ofprint, 2006.
- [2] MILKOVICH, G. – GERHARD, B. 2021. Cases in Compensation. 12th Edition.
- [3] GERHARD, B. – NEWMAN, J. – MILKOVICH, G. 2016. Compensation. McGraw HILL, 12th Edition.
- [4] BAJZÍKOVÁ, Ľ., – KIRCHMAYER, Z., – FRATRIČOVÁ J. 2019. Základy personálneho manažmentu: Akademicko-praktický sprievodca v oblastiach manažmentu pracovných výkonov, pracovnej motivácie a odmeňovania. Bratislava: Univerzita Komenského.
- [5] <https://alis.uniba.sk:8443/lib/item?id=chamo:694002&fromLocationLink=false&theme=Katalog>
- [6] Journal of Human Resource Management.
- [7] Webové sídlo Akademickej knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.
- [8] Ďalšie zdroje budú priebežne dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Samoštúdium je podporené e-learningovou formou.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

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

Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajzíkova, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 27.08.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KKM/015M/21	Názov predmetu: Ekonometria
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: Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra bude zadaný projekt, ktorý budú študenti priebežne vypracúvať. Záverečná písomná previerka na skúške trvá 80 minút. Podiel jednotlivých písomiek na celkovom hodnotení: • Projekt : 30 %, • Písomná záverečná skúška: 70 % z celkového hodnotenia. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 30/70	
Výsledky vzdelávania: Predmet má umožniť študentom rozvíjať svoje ekonometrické zručnosti s akcentom na praktickú aplikáciu vybraných metód a prístupov. Po absolvovaní predmetu by študenti mali byť schopní: • Pochopiť a aplikovať prebrané ekonometrické metódy, • Navrhnuť základné ekonometrické metódy, • Definovať ekonomický problém a navrhnuť analytický spôsob na jeho preskúmanie • Interpretovať výsledky prebraných ekonometrických postupov • Používať softvér pri odhadovaní ekonometrických modelov, • Efektívne pracovať s databázou v softvéri	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do ekonometrie (kauzalita za podmienky ceteris paribus) – zameranie na normatívnu analýzu verejných a monetárnych politik 2. Znáhodnené kontrolované experimenty (Randomized Control Trials) 3. Anatomia lineárnej regresie - očakávaná hodnota a data generating process, estimátor, predpoveď a reziduál, skreslenie (Omitted Variable Bias) 4. Ukážky využitia regresie - panel regresia (fixné a náhodné efekty) a regresia časových radov 5. Inštrumentálne premenné, dvojstupňová metóda (2SLS) 6. Regression Discontinuity Design (RDD) 7. Synthetic Control Method (SCM) 8. Rozdiely v rozdieloch (Diff-in-Diff)	

Odporúčaná literatúra: Heiss, F.: Using R for Introductory Econometrics. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016, ISBN 1523285133 Stock, J. H., Watson, M. W.: Introduction to Econometrics, Pearson Education Limited, 2020, ISBN 10: 1-292-26445-4							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 8							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
0,0	0,0	50,0	12,5	25,0	0,0	12,5	0,0
Vyučujúci: Mgr. Martin Pažický, PhD., 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.KKM/024M/21	Názov predmetu: Finančné deriváty
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: Aktívna účasť na prednáškach: 10%. Riešenie príkladov: 20%. Priebežný test: 20%. Záverečný test: 50%. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Predmet vychádza z curricula Program CFA® level 2 CFA Institute. Učebné osnovy Programu CFA® sú pravidelne aktualizované, aby odrážali moderné finančné postupy a sú vypracované prostredníctvom Poradného výboru pre vzdelávanie CFA Institute, ktorý zahŕňa odborníkov z praxe, regulátorov trhu a akademickej obce. Zapojenie lídrov finančného myslenia pomáha zaistiť, aby boli poskytované zručnosti, ktoré sú požadované odvetvím investičného manažmentu. Tento prístup, známy ako proces analýzy programovej praxe, hrá kľúčovú úlohu pri vytváraní programu CFA ako globálneho zlatého štandardu v investičnom odvetví. Po absolvovaní predmetu študenti získajú znalosti, ktoré môžu v budúcnosti využiť aj pri absolvovaní skúšky Program CFA® level 2, v prípade záujmu získať titul Chartered Financial Analyst®. Certifikát CFA je najrešpektovanejším a najuznávanejším označením vo svete investičného manažmentu. Inštitút CFA je najväčšia svetová asociácia investičných profesionálov s viac ako 164 000 členmi; Stavia na viac ako 50 rokoch osvedčeného vedenia; Ponúka členom prístup k najnovšiemu finančnému výskumu, Držitelia CFA® Charter sú považovaní za najlepších v odvetví správy investícií - zamestnancov, ktorí sú vysoko kvalifikovaní a ktorých zaväzujú najvyššie etické štandardy. Predmet umožňuje študentom rozvíjať znalosti a zručnosti v oblasti oceňovania a používania derivátov v praxi vo forme hedgingu, investícií a tradingu, vrátane: • oceňovania derivátových kontraktov • arbitráže medzi syntetickými podkladovými aktívami a derivátmi • výberu skupín derivátových kontraktov pre účely riadenia rizík • aplikácie derivátových stratégií pri riadení výnosového profilu	

• obchodovania pomocou derivátových stratégií Uvedené znalosti je možné využiť v podnikoch, bankách, poisťovniach, investičných spoločnostiach a iných subjektoch pôsobiach na finančných trhoch, napríklad na pozíciách finančných riaditeľov, obchodníkov, portfólio manažérov, vedúcich treasury, manažérov rizík.																							
Stručná osnova predmetu: Týždeň 1-6. Oceňovanie forwardových záväzkov Oceňovanie forwardov na akcie, úrokové sadzby, obligácie, devízy a kontraktov futures. Oceňovanie úrokových, devízových a akciových swapov. Výpočet a interpretácia tzv. bez-arbitrážnych cien. Týždeň 7. Priebežný test Týždeň 8-9. Oceňovanie opcií Model binomiálneho oceňovania opcií. Arbitrážne príležitosti prostredníctvom opcií. Cena európskej opcie ako súčasná hodnota očakávanej výplaty opcie pri expirácii. Ocenenie opcie na úrokové sadzby pomocou binomiálneho modelu s dvomi obdobiami. Predpoklady modelu oceňovania opcií Black-Scholes-Merton. Zložky modelu Black-Scholes-Merton. Využitie Black-Scholes-Merton modelu na ocenenie európskych opcií na akcie a meny. Využitie modelu Black pri oceňovaní európskych opcií na future, úrokové sadzby a európskych swapcií. Interpretácia Greeks. Delta hedge. Gamma risk pri tradingu. Implikovaná volatilita a jej využitie pri tradingu. Týždeň 1.-13 Stratégie derivátových kontraktov. Využitie forwardov a futures na úrokové sadzby, meny a akcie na úpravu profilov rizika a výnosu. Replikácia aktív pomocou opcií a hotovosti a, alebo futures. Covered call, protective put, bull a bear spread, collar, straddle, callendar spreads. Identifikácia vhodných stratégií derivátov v súlade so stanovenými investičnými cieľmi.																							
Odporúčaná literatúra: CFA Institute: CFA Program Curriculum 2022 Level 2 Box Set. Wiley, 2021																							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický																							
Poznámky:																							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0 <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>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><td>0,0</td></tr> </tbody> </table>								A	ABS	B	C	D	E	FX	M	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
A	ABS	B	C	D	E	FX	M																
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																
Vyučujúci: 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.KEF/280M/21	Názov predmetu: Finančné trhy a inštitúcie
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: Na absolvovanie predmetu je potrebné v priebehu semestra samostatne pracovať, aktívne sa na hodinách zúčastňovať a priebežne sa pripravovať na jednotlivé hodiny. Súčasťou je aj riešenie zadaných úloh súvisiacich s obsahom jednotlivých hodín. Spolu je možné získať maximálne 100 bodov za celý predmet. Hodnotenie predmetu je rozdelené na 50% práca v skupinách na seminároch a 50% skúška (ústna skúška). Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK nasledovné: 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: 50% seminár / 50% skúška	
Výsledky vzdelávania: Absolvent získa teoreticko-praktické znalosti a zručnosti, ktoré môže uplatniť pri práci vo finančných inštitúciách i v súkromnom podnikateľskom sektore. Študent po absolvovaní predmetu nadobudne znalosti o fungovaní vybraných finančných trhov - najmä komoditný trh (trh drahých kovov), poisťny trh, peňažný a kapitálový trh. Študent získa znalosti a zručnosti z oblasti analýzy akciových trhov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Finančný systém, finančné trhy a finanční sprostredkovatelia. 2. Peňažný trh a jeho nástroje. 3. Devízový trh a jeho fungovanie. FOREX. 4. Komoditný trh. 5. Kapitálový trh - Trh dlhopisov a akciový trh. 6. Analýza akciového trhu a jej metódy. 7. Odvetvová a mikroekonomická analýza. 8. Technická analýza, Psychologická analýza a špekulatívne bubliny. 9. Kolektívne investovanie. 10. Hedge fondy. 11. Realitné fondy. 12. Suverénne fondy.	

Odporúčaná literatúra:

1. Chovancová, B., Malacká V., Demjan, V. Kotlebová, J.: Finančné trhy – nástroje, transakcie, Walters Kluwer, Bratislava 2016. ISBN 978-80-8168-330-5
2. Kráľovič, J. - Vlachynský, K. Finančný manažment. 2011. Wolters Kluwer. ISBN 978-8078-356-3
3. Rejnuš, O. Finanční trhy. 2014. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3671-6
4. Hrvoľová, B. a kolektív. Analýza finančných trhov. Wolters Kluwer, 2015. ISBN 978-80-7478-948-9
5. Stephen G. Cecchetti, Kermit L. Schoenholtz. Money, Banking, and Financial Markets. McGraw-Hill Education, 2017. ISBN 978-1-259-92225-1

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský, anglický.

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 17

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
82,35	0,0	0,0	5,88	0,0	0,0	11,76	0,0

Vyučujúci: Mgr. Katarína Rentková, 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/281M/21	Názov predmetu: Finančné účtovníctvo a dane
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 a Postupy účtovania pre podnikateľov	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. 3 minipřípadové štúdie 2. 3 priebežné testy 3. Záverečná skúška Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 15%, 30%/ 55%	
Výsledky vzdelávania: Po úspešnom absolvovaní predmetu budú študenti schopní zvýšiť chápanie finančného vykazovania korporácií s dôrazom na témy vybrané v predmete, správne rozumieť informáciám z finančných výkazov a poznámok k výkazom. Predmet finančného účtovníctva kladie dôraz na reportingovú funkciu účtovníctva pre externých používateľov. Študenti budú schopní porozumieť informáciám z účtovnej závierky a stanú sa dobre informovanými užívateľmi informácií pre rozhodovanie v oblasti financií a manažmentu. Zlepšovanie znalostí a zručností počas výučby zahŕňa prácu s výkazmi: Výkaz ziskov a strát, súvaha a výkaz peňažných tokov, a vykazovanie a analýza majetku, záväzkov a vlastného imania a analýzu výsledku hospodárenia a jeho prerozdelenie na konci účtovného obdobia. Správne porozumenie informáciám obsiahnutým v účtovnej závierke a poznámkach k účtovnej závierke sa bude precvičovať v prípadových štúdiách reálnych spoločností. Prepojenie daňovej oblasti a finančného účtovníctva poskytne študentom reálny pohľad na praktické problémy a úlohy súčasnosti. Na základe konkrétnych príkladov z praxe si osvoja požadovanú znalosť finančno-daňovej problematiky, ktorá je nutnosťou pre zvládnutie manažérskych pozícií.	
Stručná osnova predmetu: 1. Účtovná závierka - Formy výkazu ziskov a strát a súvaha, výkaz peňažných tokov 2.-3. Obežný majetok - účtovné zobrazenie a vykazovanie, a analýza; riadenie prevádzkového kapitálu, Vnútna kontrola a hotovosť; vykazovanie a analýza pohľadávok a zásob, 4. Vykazovanie a analýza dlhodobých aktív; 5. Finančný majetok, jeho klasifikácia a účtovné zobrazenie. Hedging. 6. Vykazovanie a analýza krátkodobých a dlhodobých záväzkov;	

7. Vlastné imanie a analýza vlastného imania akcionárov, výkaz o zmenách vo vlastnom imaní.
8. EPS a trhové ukazovatele finančnej analýzy
9. Účtovný výsledok hospodárenia a daňový výsledok hospodárenia, Odložené dane.
10. Dane, druhy daní a daňový systém.
11. Daňová optimalizácia výsledku hospodárenia, vplyv daní na hospodárenie podnikateľských subjektov
12. Vybrané praktické problémy z oblastí daní.
13. Záverečné opakovanie

Odporúčaná literatúra:

Povinná:

1. Saxunová D., 2019. Financial Statements for the Need of Managers, Wolters Kluwer
2. Saxunová D., Ako rozumieť informáciám z účtovnej závierky – v tlači.
3. Šuranová Z. 2016, Finančné účtovníctvo a riadenie s aplikáciou IFRS Praktikum: Wolters Kluwer, e-kniha,

Doplnková:

4. KIMMEL, WEYGHANDT, KIESO - Accounting Tools for Business Decision Making
- 5.1. Bojňanský, J. a kol.: Dane podnikateľských subjektov, 2010, VES SPU
6. Široký, J.: Dane v Európskej únii.
7. www.ifrs.org

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský a anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 44

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
18,18	0,0	20,45	27,27	15,91	4,55	9,09	4,55

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

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.KEF/275M/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: II.	
Podmieňujúce predmety:	
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 - spracovanie prezentácie v tíme - téma z oblasti možností investovania alebo podnikových financií (10%) - vypracovanie domácich úloh zadaných počas semestra (15%) - priebežné hodnotenia a aktivita počas semestra (25%) - záverečná skúška (50%) (písomný test (25%), ústna skúška (25%)). Podmienkou na absolvovanie predmetu je získanie minimálne 60% z celkového hodnotenia. Podmienkou na absolvovanie seminárov je získanie minimálne 25b z hodnotenia seminárov. Podmienkou pre úspešné absolvovanie skúšky je získanie minimálne 25b. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50% seminár / 50% skúška (písomná a ústna)	
Výsledky vzdelávania: Predmet prehľbuje znalosti zo základov finančného manažmentu. Kladie dôraz na úlohu finančného manažéra pri rozhodovaní o tvorbe optimálnej kapitálovej štruktúry podniku, na výnosovosť a rizikovosť v kapitálovom rozpočtovaní, na vybrané problémy riadenia a kontroly jednotlivých zdrojov dlhodobého financovania spoločnosti, krátkodobého financovania spoločnosti, či na manažment obežného majetku.	
Stručná osnova predmetu: 1. Finančný manažment, úloha, postavenie finančného manažéra v podniku, finančná analýza a použitie pomerových ukazovateľov. 2. Finančné investície podniku a hodnotenie investičných projektov. 3. Analýza peňažných tokov projektu. 4. Riziko projektu. 5. Teória kapitálových štruktúr. 6. Dividendová politika. 7. Zdroje dlhodobého financovania spoločnosti. 8. Zdroje krátkodobého financovania spoločnosti. 9. Manažment obežného majetku.	

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.
 4. Kráľovič, J. - Vlachynský, K. Finančný manažment. 2011. Wolters Kluwer. ISBN 978-8078-356-3.
- Ostatné informačné zdroje:
5. www.bloomberg.com
 6. www.yahoo.finance.com
 7. www.morningstar.com
 8. www.gurufocus.com

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský, anglický

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 190

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
29,47	0,0	30,0	19,47	4,74	4,74	6,84	4,74

Vyučujúci: Mgr. Magdaléna Musilová, PhD., LL.M., Mgr. Katarína Rentková, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., PhDr. Peter Nováček

Dátum poslednej zmeny: 14.09.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KKM/016M/21	Názov predmetu: Hĺbková analýza dát
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra budú dve písomné previerky. Na záver semestra budú študenti prezentovať svoj projekt. 1. písomka: 10 %, 2. písomka: 10 %, Projekt: 80 %, Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 20/80	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu bude študent/študentka: • rozumieť základným princípom hĺbkovej analýzy dát, • vedieť pripraviť dáta pre potreby analýzy, • poznať viaceré modely vyskytujúce sa v tejto oblasti, • vedieť aplikovať tieto poznatky v softvéroch R alebo Python, • schopný posúdiť vhodnosť a úspešnosť jednotlivých modelov v praxi, • pripravený odprezentovať výsledky hĺbkovej analýzy dát, • vedieť zakomponovať princípy hĺbkovej analýzy dát v manažérskej praxi.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do problematiky hĺbkovej analýzy dát. 2. Príprava dát. 3. Typy metód strojového učenia sa. 4. Rozhodovacie stromy. 5. Logistická regresia. 6. Model perceptronu a princíp neurónových sietí. 7. Support Vector Machine. 8. Hodnotenie modelov.	
Odporúčaná literatúra: [1] Fawcett, T., Provost, F.: Data Science for Business, O'Reilly Media, 2013. [2] Wickham, H., Grolemund, G.: R for Data Science, O'Reilly Media, 2017.	

- [3] Guido, S., Mueller, A. C.: Introduction to Machine Learning with Python: A guide for Data Scientists, O'Reilly Media, 2016.
- [4] Witten, I. H., Frank, E., Hall, M.A.: Data Mining: Practical Machine Learning Tools and Techniques. Morgan Kaufmann Publishers is an imprint of Elsevier, 2011.

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

Stručná osnova predmetu:

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

Odporúčaná literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk							
Poznámky: Samoštúdium je podporené e-learningovou formou.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 96							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
9,38	0,0	18,75	28,13	19,79	13,54	6,25	4,17
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Juraj Mikuš, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 21.09.2020							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/101M/21	Názov predmetu: Intelektuálny kapitál a inovácie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie pozostáva z nasledujúcich častí: (1) aktívna účasť 10%, (2) prezentácie na cvičeniach 20%, (3) písomný test 20%, (4) spracovaný finálny výkaz intelektuálneho kapitálu 40%, (5) záverečná prezentácia výkazu IK 10%. Celkové hodnotenie sa riadi platným hodnotiacim systémom FM UK: A = 91-100%; B = 81-90%; C = 73-80%; D = 66-72%; E = 65-60%; F = 0-59% bodov.	
Výsledky vzdelávania: Predmet sa zaoberá sa otázkou, ako premeniť znalosti na inovácie a tie následne presadiť na trhu. Efektívny manažment znalostí a inovácií predstavujú základné predpoklady úspešného rastu firiem. Študenti získajú poznatky o metódach budovania a využívania intelektuálneho kapitálu a účinnej tvorbe a komercializácii výrobkov a služieb. Absolventi predmetu budú schopní vypracovať výkaz intelektuálneho kapitálu a aplikovať získané poznatky v podnikovej praxi.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu 2. Pojem a význam intelektuálneho kapitálu 3. Intelektuálny kapitál a dynamicky rastúce podniky 4. Intelektuálny kapitál a strategický manažment 5. Reportovanie a modely intelektuálneho kapitálu 6. Analýza a meranie intelektuálneho kapitálu 7. Manažment znalostí 8. Intelektuálny kapitál a inovácie 9. Strategický manažment inovácií 10. Stratégie otvorených inovácií	
Odporúčaná literatúra: [1] ADAMS, M., OLEKSAK, M. Intangible Capital. Santa Barbara: Praeger, 2010. [2] ROOS, G., PIKE, S., FERNSTRÖM, L. Managing Intellectual Capital in Practice. Oxford: Elsevier, 2005. [3] INCAS CONSORTIUM. InCas: Intellectual Capital Statement : European ICS Guideline. [4] BUREŠ, V. Znalostní management a proces jeho zavádění. Grada, 2007.	

- [5] BARTÁK, J. Od znalostí k inovacím. Praha: Alfa, 2008.
- [6] KUBIČKOVÁ, V. a kol. Dynamické podniky služieb – gazely. Bratislava: Wolters Kluwer, 2016.
- [7] MITUSCH, K., SCHIMKE, A. Gazelles – High-Growth Companies. Europe INNOVA Sectoral Innovation Watch, 2011.
- [8] PAPULA, J., VOLNÁ, J., PILKOVÁ, A., HULVEJ, J. Analysis of awareness and priorities, focused on intellectual capital among Slovak companies. In Proceedings of the 14th European conference on knowledge management [CD-ROM]. Reading: Academic Conferences and Publishing International, 2013, s. 517-526. ISBN 978-1-909507-41-8.
- [9] PAPULA, J., VOLNÁ, J., HULVEJ, J. Knowledge networks as a source of knowledge initiatives and innovation activity in small and medium enterprises regression analysis for EU 27 countries. In KDIR 2013 and KMIS 2013 [CD-ROM]. Algarve: Scitepress, 2013, s. 389-396. ISBN 978-989-8565-75-4.
- [10] GÁL, P., BEZÁKOVÁ, I. Inovácie vedúcich užívateľov. In Moderné prístupy k manažmentu podniku. Bratislava: STU, 2009, s. 125-134. ISBN 978-80-227-3169-0.
- [11] Podklady k prednáškam a cvičeniam distribuované online počas semestra.

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

Poznámky:

V zimnom semestri 2021/2022 je predmet vyučovaný kombinovanou metódou, prezenčne a online s použitím softvéru MS Teams.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 46

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
36,96	0,0	32,61	23,91	0,0	0,0	2,17	4,35

Vyučujúci: Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 29.10.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/102M/21	Názov predmetu: Intrapreneurship
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester a skúška: • Semestrálny projekt (45%, 1. milestone 15%, 2. milestone 15%, 3. milestone 15%) • Finálna prezentácia (10%) • Priebežné testy (15%) • Skúška (30%) Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent.	
Výsledky vzdelávania: Predmet rozvíja znalosti, zručnosti a techniky intrapodnikania (anglicky Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, Corporate Venture) ako účinného prístupu k manažmentu organizácií pre dosahovanie konkurenčnej výhody a biznis úspechu v súčasnom turbulentne sa meniacom prostredí. Poukazuje na význam a metódy aplikované v intrapreneurshipe. Súčasťou predmetu je filozofia spolupráce s firmami, ktoré prostredníctvom nimi určeného mentora spolupracujú na formulovaní zadania semestrálneho projektu pre študentov, ako aj pri jeho riešení a finálnom hodnotení. Predmet rozvíja a podporuje: • Znalosti potrebné k podpore budovania kultúry intrapodnikania v organizácii ako aj zručnosti a spôsoby efektívneho a úspešného intrapodnikateľa. • Znalosti rôznych metód aplikovateľných pri riešení komplexných úloh z oblasti intrapreneurshipu. • Zručnosti pre vykonanie auditu intrapodnikateľských aktivít v organizácii. • Pochopenie charakteristík úspešných organizácií z pohľadu konceptu intrapodnikania, of-the-box myslenia a mikroprezentovania (pitching).	
Stručná osnova predmetu:	

- Úvod do predmetu. Definícia intrapreneurshipu. Charakteristika rozdielov medzi podnikaním a podnikaním v rámci organizácií. Závislé a nezávislé podnikanie. Význam a dôvody intrapreneurshipu v rámci organizácií.
- Typológia intrapreneurshipu, individuálny a agregovaný pohľad na intrapodnikanie.
- Modely intrapreneurshipu. Intrapreneurship a manažment inovácií.
- Nástroje a metódy intrapreneurshipu.
- Dizajn thinking a riešenie vybraných problémov intrapreneurshipu
 - Filozofia dizajn thinkingu v manažmente organizácie
 - Proces a kľúčové fázy dizajn thinkingu
 - Dizajn thinking ako súčasť inovačného cyklu v kontexte intrapreneurshipu
 - Kľúčové nástroje a metódy dizajn thinkingu
- Aplikácia value proposition dizajn v intrapreneurshipe
 - Hodnotová mapa (value map)
 - Profil zákazníka (customer profile)
- Intrapreneurship, servis dizajn a servitizácia.
- Experiment merania a zavedenia intrapreneurshipu v rámci malých a stredných firiem.

Odporúčaná literatúra:

- [1] MORRIS, M. H., KURATKO, D. F., COVIN, J. G. Corporate Entrepreneurship and Innovation: Entrepreneurial Development within Organizations, 2nd Edition. Mason, OH: Thomson/South-Western, 2008.
- [2] PILKOVÁ a kol. Podnikanie na Slovensku: vysoká aktivita, nízke rozvojové aspirácie. Bratislava, 2012 (s. 40-43).
- [3] PILKOVÁ a kol. Podnikanie na Slovensku: nadpriemerná podnikateľská aktivita v podpriemernom podnikateľskom prostredí. Bratislava, 2013 (s. 57-61).
- [4] PILKOVÁ a kol. Podnikanie na Slovensku: Aktivita, prostredie a vybrané druhy podnikania. Bratislava, 2019 (s. 39-46).
- [5] STICKDORN, M. et al. This is service design doing. Sebastopol: O'Reilly, 2018.
- [6] ANNARELLI, A., BATTISTELLA, C., NONINO, F. The Road to Servitization: How Product Service Systems Can Disrupt Companies' Business Models. Springer, 2019.
- [7] OSTERWALDER, A. PIGNEUR, Y. SMITH, A., ETIEMBLE, E. The Invincible Company: How to Constantly Reinvent Your Organization with Inspiration From the World's Best Business Models. Wiley, 2020.
- [8] OSTERWALDER, A. PIGNEUR, Y. BERNARDA, G., SMITH, A. Value proposition design. Hoboken: Willey, 2014.
- [9] LEWRICK, M., LINK, P., LEIFER, L. The design thinking playbook. Hoboken: Willey, 2018.
- [10] LEWRICK, M., LINK, P., LEIFER, L. The design thinking toolbox. Hoboken, Willey, 2020.
- [11] Share point/E-learning: spracovaný elektronický kurz obsahuje študijné materiály (prezentácie, elektronické texty, doplnkové materiály) vytvorené na základe vlastného výskumu, ako aj kontaktu s predstaviteľmi podnikateľskej a manažérskej praxe.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

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

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 14							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
21,43	0,0	21,43	14,29	21,43	14,29	0,0	7,14
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., Mgr. Juraj Mikuš, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 02.11.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KKM/020M/21	Názov predmetu: Investovanie na akciových trhoch
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: Účasť na prednáškach: 10%. Projekt: 20%. Priebežný test: 20%. Záverečný test: 50%. 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. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Predmet vychádza z curricula Program CFA® level 2 CFA Institute a umožňuje študentom rozvíjať znalosti a zručnosti v oblasti oceňovania, investovania a obchodovania s akciami vrátane: -znalosti konceptov výnosovosti -analýzy odvetvia a podniku -oceňovacích modelov akcií -praktickej aplikácie investičných/obchodných stratégií v prostredí reálneho trhu	

Uvedené znalosti je možné využiť v podnikoch, bankách, poisťovniach, investičných spoločnostiach a iných subjektoch pôsobiach na finančných trhoch, napríklad na pozíciách finančných riaditeľov, obchodníkov, portfólio manažérov, vedúcich treasury, manažérov rizík.							
Stručná osnova predmetu: OCEŇOVANIE AKCIÍ -APLIKÁCIE A PROCESY VÝNOSY ANALÝZA ODVETVIA A PODNIKU MODEL DISKONTOVANÝCH DIVIDEND OCEŇOVANIE NA BÁZE HOTOVOSTNÝCH TOKOV OCEŇOVANIE NA BÁZE TRHU OCEŇOVANIE POMOCOOU REZIDUÁLNEHO PRÍJMU TECHNICKÁ ANALÝZA							
Odporúčaná literatúra: CFA Institute: CFA Program Curriculum 2022, Level 2 Box Set. Wiley, 2021							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 5							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
80,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: 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.KMk/091M/21	Názov predmetu: Komunikácia v manažmente a v marketingu
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): Marketing, Manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra študenti vytvoria väčšie tímy a ich členovia budú participovať na vybraných témach. Každý tím bude mať vybranú firmu v konkrétnom odvetví, ktorá bude východiskom simulácie komunikácie v manažmente dovnútra firmy i navonok. Témy sa budú kryť s témami uvedenými v sylabe, prezentovať sa bude vždy téma s jednotýždenným oneskorením, preberaná na predchádzajúcej hodine. Celkové hodnotenie študentov pozostáva zo súčtu percent za jednotlivé prezentácie a za participáciu na kompletnom semestrálnom projekte. Prezentácie sa hodnotia priebežne a pripomienky k prezentácii je nutné zapracovať do záverečnej práce. Projekty je potrebné odovzdať. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: V priebehu skúšobného obdobia študenti absolvujú záverečný test. Pomer priebežného a záverečného hodnotenia je 60 : 40.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť študentom súbor poznatkov o komunikácii v manažmente, pretože komunikácia je tým faktorom, ktorý aktívne vstupuje do všetkých procesov riadenia a rozhodovania a podmieňuje ich kvalitu a efektívnosť. Efektivita komunikácie je závislá na komunikačných nástrojoch a ich využívaní, čo však vyžaduje znalosti z oblasti komunikácie v rôznych typoch organizácií s rôznym pôsobením – na národnej či nadnárodnej úrovni. Interkultúrna komunikácia vyžaduje ďalšie komunikačné zručnosti a schopnosti. Cieľom predmetu je preto získať základné vedomosti z oblasti manažérskej komunikácie a, samozrejme, aj schopnosti a zručnosti efektívne komunikovať v rôznych typoch podnikov a organizácií, získať prezentačné spôsobilosti. Okrem získania teoretických poznatkov je predmet zameraný prakticky na využitie komunikačných nástrojov a techník v manažmente.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do teórie komunikácie	

Vymedzenie komunikácie a komunikačného procesu, etapy vývoja manažérskej komunikácie, štruktúra a vektory komunikačného procesu, modely komunikácie – lineárne, interakčné, transakčné.

2. Komunikácia v manažmente podniku. Manažérska komunikácia v mimovládnych, štátnych a verejných inštitúciách

Formy komunikácie v systéme riadenia podniku. Interpersonálna a intrapersonálna komunikácia. Formálna a neformálna komunikácia. Štandardná a krízová komunikácia. Komunikácia priama a nepriama - prostredníctvom hovorcu. Špecifiká komunikácia v rôznych typoch inštitúcií a organizácií.

3. Podniková komunikácia

Vymedzenie podnikovej komunikácie – kto? s kým? a prečo? Formy a obsahy podnikovej komunikácie. Prístupy. Podniková komunikácia a podnikový komunikačný systém. Komunikácia dovnútra a navonok.

4. Multikultúrna komunikácia

Komparatívny manažment – manažment v rôznorodom prostredí v rôznych krajinách a kultúrach. Špecifiká a spoločné znaky. Modely a najvýznamnejšie faktory prostredia ovplyvňujúce funkcie manažmentu.

5. Komunikačné nástroje

Vnútropodnikové komunikačné nástroje, klasifikácia. Funkcie komunikačných nástrojov v systéme riadenia z aspektu manažérskych teórií a z aspektu modelov podnikovej komunikácie. Efektívnosť komunikačných nástrojov, výhody a nevýhody jednotlivých foriem, kritériá výberu.

6. Manažérska komunikácia

Vymedzenie, charakteristiky a funkcie. Tradičné a moderné prístupy. Status a rola v manažérskej komunikácii, typy komunikačných rolí. Efektívna a neefektívna manažérska komunikácia.

7. Verbálna a neverbálna komunikácia v manažmente a marketingu

Monológ, dialóg, diskusia, polemika, debata, beseda, porada. Špecifické formy a metódy. Písomná komunikácia, piktogramy a obrazové sprostredkovanie informácií. Technika rozvoja verbálnej komunikácie. Typy neverbálnej komunikácie a ich účinnosť: mimika, gestikulácia, haptika, posturika, kinezika, proxemika, paraligvistika. Neverbálna komunikácia v rôznych kultúrach.

8. Počúvanie a porozumenie v manažérskej komunikácii

Aktívne počúvanie, fázy a pravidlá. Zlozvyky a bariéry v procese aktívneho počúvania. Metódy rozvíjania aktívneho počúvania: dialogická, sokratovská. Mýty a chyby. Počúvanie a porozumenie manažérskej komunikácii v procese riadenia ľudí.

9. Asertivita a empatia v manažérskej komunikácii

Podstata asertivity, asertívna a neasertívna komunikácia v manažmente, techniky. Vymedzenie a podstata empatie v komunikácii, empatická a neempatická komunikácia. Roviny empatickej komunikácie v manažmente.

10. Interkultúrnosť v manažérskej a marketingovej komunikácii

Komunikačné modely, kódy a vzorce v interkultúrnej manažérskej komunikácii. Modifikačné prvky a prekážky v komunikácii. Komunikačné šumy a prekážky. Zásady efektívnej interkultúrnej manažérskej komunikácie. Medzipodniková komunikácia.

11. Komunikačné zručnosti a skúsenosti

Prezentačné schopnosti a zručnosti – prezentačné nástroje. Efektívna prezentácia – teória a prax. Nácvik a možnosti zefektívnenia prezentačných zručností. Kreatívna prezentácia, prezentácia výstupov, prezentácia alternatív.

12. Marketingová komunikácia projektov, partnerstiev a vstupu na zahraničný trh

Dohody rôznych typov – voľné a tesné formy strategických partnerstiev, príprava na rokovanie, proces rokovania a následná komunikácia – národná, medzinárodná

13. Špecifikácia interkultúrnej marketingovej komunikácie

Nástroje komunikačného mixu, komunikácia so zákazníkmi a marketingovými sprostredkovateľmi. Komunikácia prostredníctvom štandardných a špecifických nástrojov. Komunikačné médiá a nosiči reklamy.							
Odporúčaná literatúra: [1] SZARKOVÁ, M.: Komunikácia v manažmente. Praha 2018, Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7598-184-4 [2] BORG, J.: Umění přesvědčivé komunikace. Praha 2007, Grada Publishing ISBN 978-80-247-1971-9 [3] KHELLEROVÁ, V.: Komunikační a obchodní dovednosti manažéra. Praha 2003. Grada Publishing ISBN 80-7169-375-8 [4] MIKULAŠTÍK, M.: Komunikační dovednosti v praxi. Praha 2009. Grada Publishing ISBN 80-247-0650-4 [5] SZARKOVÁ, M.: Komunikačné nástroje v systéme riadenia podniku. Bratislava 2008, Ekonóm ISBN 978-80-225-2270-0 [6] VOŘÍŠEK, K., VYSEKALOVÁ, J.: Jak být přesvědčivý a neztratit se v davu. Praha 2015, Grada Publishing ISBN 978-80-247-5385-0 [7] SMOLKOVÁ, E.: Strategické partnerství v manažmente, podnikání a marketingu. Bratislava, Univerzita Komenského, 2016, ISBN 978-80-223-4186-8							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk							
Poznámky: Študenti budú pracovať vo väčších tímoch aby bolo možné modelovať konkrétne situácie.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 3							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
66,67	0,0	33,33	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.							
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/010M/21	Názov predmetu: Manažérska štatistika
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: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra sa budú písať dve písomky – každá za maximálny bodový zisk 50 bodov, spolu 100 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je oboznámiť študentov s vybranými metódami pre analýzu prierezných a časových údajov a ich spracovanie pomocou softvéru R. Naučiť sa používať tieto metódy v praxi, pomocou analýz reálnych štatistických dát s využitím softvéru R.	
Stručná osnova predmetu: Práca s R a R-Studio, vizualizácia údajov, deskriptívna štatistika, práca s knižnicami R, práca s údajmi, čistenie údajov, teória pravdepodobnosti, tvorba štatistických hypotéz, základné štatistické metódy, základy štatistického modelovania, bodové odhady a intervalové odhady, ANOVA, post-hoc analýza, regresná analýza, základy časových radov, trendová zložka časového radu, metóda kľazových priemerov, exponenciálne vyrovnávanie	
Odporúčaná literatúra: 1. Anděl, J.: Štatistické metódy. MatfyzPress, Praha, 1998 2. Cipra, T. : Analýza časových řad s aplikacemi v ekonomii. Praha, SNTL, 1986 3. Cipra, T. : Finanční ekonometrie. Praha, Ekopress, 2008 4. McClave, J.T., Benson, P.G.: Statistics for business and economics. Pearson Education, Pearson, 2014 5. Pacáková, V. a kol.: ŠTATISTIKA pre ekonómov. IURA EDITION, Bratislava 2003. 6. Pacáková, V. a kol.: ŠTATISTIKA pre ekonómov. Zbierka príkladov A. IURA EDITION, Bratislava 2005. 7. Eva Rublíková: Analýza časových radov. IURA EDITION, Bratislava 2007, resp. E. Rublíková: Prognostická štatistika (skriptá) 8. Interaktívna učebnica (česká): http://badame.vse.cz/iastat/ 9. Interaktívna učebnica (anglická): http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html Link na stiahnutie softvéru: https://cloud.r-project.org/	

Vhodné web stránky, tutoriály: http://www.stat.tutorials.com/ https://www.statmethods.net/r-tutorial/index.html http://www.r-tutor.com/r-introduction https://r4ds.had.co.nz/							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky: Predmet bude vyučovaný on-line prostredníctvom MS Teams a aj offline z dôvodu epidemiologických opatrení COVID 19. Kód predmetu v MS Teams je y3gfy74. Študenti zadajú tento kód pre sprístupnenie on-line materiálov predmetu.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 309							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
39,48	0,0	38,19	13,27	2,27	0,32	2,91	3,56
Vyučujúci: Mgr. Peter Pšenák, PhD., 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/009M/00	Názov predmetu: Manažérske rozhodovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Ukončené bakalárske štúdium.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Celkové hodnotenie je v súlade s fakultným systémom hodnotenia: A = 91-100%; B = 81-90%; C = 73-80%; D = 66-72%; E = 65-60%; F = 0-59%. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Priebežne: 40% / Skúška: 60%. Skúška pozostáva z písomnej previerky v priebehu semestra (mid-term) 30% a záverečnej skúšky v skúškovom období 30%.	
Výsledky vzdelávania: Rozhodovanie je jednou z hlavných zodpovedností a funkcií manažérov a manažéri sú hodnotení a odmeňovaní na základe úspešnosti ich rozhodnutí. Cieľom predmetu je zdokonaľiť rozhodovacie zručnosti študentov a prispieť k ich schopnosti efektívne a tvorivo riešiť problémy tak individuálne, ako aj v rámci tímov. Absolventi predmetu sa naučia vnímať rozhodovanie ako systematický proces v kontexte riešenia problémov. Budú schopní používať racionálne metódy rozhodovania za podmienok istoty, neistoty a rizika, ako aj riešiť sekvenciu nadväzujúcich rozhodnutí. Budú vnímať psychologickú perspektívu rozhodovania. Oboznámia sa s technikami skupinového a tímového rozhodovania. Získané teoretické poznatky si prakticky precvičia prostredníctvom viacerých simulácií a prípadových štúdií.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. Rozhodovanie v manažmente. Podstata manažérskeho rozhodovania. Proces manažérskeho rozhodovania. 2. Racionálne prístupy v manažérskom rozhodovaní. Metódy a prístupy k rozhodovaniu za podmienok istoty, neistoty a rizika. Sekvencia rozhodnutí a rozhodovacie stromy. 3. Psychologické aspekty manažérskeho rozhodovania. Dva systémy v nás. Heuristiky ukotvenia, dostupnosti a reprezentatívnosti. Prospektová teória. Neracionálne typy volieb. Limity ľudskej mysle. 4. Skupinové rozhodovanie. Definovanie úlohy, plánovanie práce a personálne obsadenie skupiny. Vedenie stretnutia skupiny. Kreatívne metódy a techniky skupinového rozhodovania.	

Odporúčaná literatúra:

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

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

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

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

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

Súčasťou odporúčanej literatúry sú aj publikácie využívajúce výsledky vlastného výskumu:

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

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

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

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

Materiály z medzinárodného projektu ARTCademy: <https://www.artcademy.eu/>.

Ďalšie články / štúdie budú distribuované počas semestra k jednotlivým problémovým oblastiam. Minimálnou podmienkou je možnosť prístupu študentov k internetu a do predplatených databáz v rámci siete UK.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský / anglický

Poznámky:

Predmet sa poskytuje len v letnom semestri.

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.							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 3237							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
22,06	0,0	28,73	22,89	13,25	9,51	3,18	0,37
Vyučujúci: Mgr. Peter Gál, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.02.2022							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/282M/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: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Základy účtovníctva	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. 3 miniprípadové 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 vzťahy 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: Počas akademického semestra sa odprednášajú a precvičia na seminároch nasledujúce témy: 1. Úvod do manažérskeho účtovníctva 2.Druhy nákladov a ich správanie, Výrobné náklady -Materiál, Mzdy a réžijné 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., Manažérske účtovníctvo: Strategické riadenie nákladov - v tlači (pravdepodobne 2022) Doplnková literatúra: [2] Kral, B.: Manažérske účtovníctvo, 2019 [3] Drury: C. Management Accounting for Business 9th edition, 2018 [4] Kimmel,P.D., Weygandt, J.J., Kieso, D.E. - Accounting Tools for Business Decision Making, 2011							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 16							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
18,75	0,0	18,75	0,0	6,25	43,75	0,0	12,5
Vyučujúci: Mgr. Lenka Papíková, 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.KIS/275M/21	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: 7	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 20/80	
Výsledky vzdelávania: Absolvent získa vedomosti a prehľad o efektívite informačného systému a výhodách kvalitného informačného systému pre manažment organizácie. Získa zručnosti ako správne zaobstarať a využívať kvalitný informačný systém tak, aby bol prínosom pre optimalizáciu procesov organizácie a jej riadenia	
Stručná osnova predmetu: 1. Manažment informačných systémov. 2. Teória systémov. 3. Vplyv informačných technológií na podnikanie, využitie IS vo výrobnom podniku. 4. Proces a jeho informačná podpora v podniku 5. Životný cyklus vývoja systému. 6. Vývoj aplikácií (softvéru). 7. Trendy vo vývoji aplikácií, tradičný a agilný manažment vývoja. 8. Databázy a dátové sklady – manažérsky nástroj. 9. Expertné systémy, umelá inteligencia. 10. Cloud Computing, Smart cities – trendy, ciele. 11. eGovernment. 12. Bezpečnosť IS.	
Odporúčaná literatúra: GREGUŠ, M. – KRYVINSKA, N. 2015. Service Orientation of Enterprises – Aspects, Dimensions, Technologies. Bratislava : Comenius University, 2015. ISBN 978-80-223-3978-0 Laudon J.P., Laudon K.C., Management Information Systems & Multimedia Student CD Package, 10/E, ISBN-10: 0132337746, ISBN-13: 9780132337748, Prentice Hall, New York 2007 James A. O'Brien, Management Information Systems, 7/e, McGraw-Hill Higher Education, Boston 2006, ISBN: 007293588x RUSSEV, S. a kol. 2006. Softvérové inžinierstvo. Bratislava: EKONÓM. 2006. ISBN	

80-225-2178-7. - RUSSEV, S. – RUSSEV R. 2011. Informačná podpora manažmentu výrobných podnikov. Bratislava: vydavateľstvo UK. 2011. ISBN 978-80-223-2842-5. - RUSSEV, S. 2012. Manažment informatizácie sociálno-ekonomických systémov. Bratislava: KARTPRINT. 2012. ISBN 978-80-89553-05-1.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 149							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
27,52	0,0	41,61	10,74	8,05	7,38	0,67	4,03
Vyučujúci: doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., Mgr. Július Selecký, PhD., Mgr. Juraj Klimo							
Dátum poslednej zmeny: 24.09.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KKM/019M/21	Názov predmetu: Manažment portfólií
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: Aktívna účasť na konzultáciách a prednáškach: 20% Priebežný test: 30%. Záverečný test: 50%. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Predmet vychádza z curricula Program CFA® level 2 CFA Institute. Učebné osnovy Programu CFA® sú pravidelne aktualizované, aby odrážali moderné finančné postupy a sú vypracované prostredníctvom Poradného výboru pre vzdelávanie CFA Institute, ktorý zahŕňa odborníkov z praxe, regulátorov trhu a akademickej obce. Zapojenie lídrov finančného myslenia pomáha zaistiť, aby boli poskytované zručnosti, ktoré sú požadované odvetvím investičného manažmentu. Tento prístup, známy ako proces analýzy programovej praxe, hrá kľúčovú úlohu pri vytváraní programu CFA ako globálneho zlatého štandardu v investičnom odvetví. Po absolvovaní predmetu študenti získajú znalosti, ktoré môžu v budúcnosti využiť aj pri absolvovaní skúšky Program CFA® level 2, v prípade záujmu získať titul Chartered Financial Analyst®. Certifikát CFA je najrešpektovanejším a najuznávanejším označením vo svete investičného manažmentu. Inštitút CFA je najväčšia svetová asociácia investičných profesionálov s viac ako 164 000 členmi; Stavia na viac ako 50 rokoch osvedčeného vedenia; Ponúka členom prístup k najnovšiemu finančnému výskumu, Držitelia CFA® Charter sú považovaní za najlepších v odvetví správy investícií - zamestnancov, ktorí sú vysoko kvalifikovaní a ktorých zaväzujú najvyššie etické štandardy. Predmet umožňuje študentom rozvíjať znalosti a zručnosti v oblasti investičného manažmentu a riadenia portfólií cenných papierov a alternatívnych aktív, vrátane: - Exchange traded funds - Využívania multifaktorových modelov - Merania a riadenia trhového rizika - Backtestingu a simulácie - Vzťahu hospodárskeho vývoja a investičných trhov	

- Analýzy aktívneho portfólia manažmentu
- Elektronických trhov a nákladov obchodovania

Uvedené znalosti je možné využiť v podnikoch, bankách, poisťovniach, investičných spoločnostiach a iných subjektoch pôsobiach na finančných trhoch, napríklad na pozíciách finančných riaditeľov, obchodníkov, portfólio manažérov, vedúcich treasury, manažérov rizík.

Stručná osnova predmetu:

Týždeň 1-2 EXCHANGE TRADED FUNDS.

Vysvetliť proces vytvárania/vyplácania ETF a funkciu autorizovaných účastníkov; obchodovanie s ETF na sekundárnych trhoch; opísať zdroje rozdielov výnosovosti voči benchmarkom v súvislosti s ETF; opísať faktory ovplyvňujúce spready bid - ask pre ETF; opísať zdroje prémie a diskontov ETF voči NAV; opísať náklady vlastníctva ETF; opísať druhy rizika ETF; opísať portfóliové použitie ETF.

Týždeň 3-4. POUŽÍVANIE MULTIFAKTOROVÝCH MODELOV.

Opísať teóriu arbitrážnych cien (APT) vrátane jej základných predpokladov a vzťahu k viacfaktorovým modelom; definovať arbitrážnu príležitosť; vypočítať očakávanú návratnosť majetku vzhľadom na citlivosť faktora na aktívum a rizikovú prémie faktora; popísať a porovnávať modely makroekonomických faktorov, modely fundamentálnych faktorov a modely štatistických faktorov; vysvetliť zdroje aktívneho rizika a interpretovať riziko sledovania a informačný pomer; opísať použitie viacfaktorových modelov a interpretovať výstup analýz na základe viacfaktorových modelov; opísať potenciálne prínosy pre investorov pri zvažovaní viacnásobných dimenzií rizika pri modelovaní výnosov aktív.

Týždeň 5. MERANIE A RIADENIE TRHOVÉHO RIZIKA

Vysvetliť používanie hodnoty v riziku (VaR) pri meraní rizika portfólia; porovnať parametrické (rozptyl - kovariancia) metódy, historickú simuláciu a simulačné metódy Monte Carlo na odhad VaR; odhadnúť a interpretovať VaR podľa parametrických, historických a simulačných metód Monte Carlo; opísať výhody a obmedzenia VaR; opis rozšírení VaR; opísať používanie mier citlivosti a analýzy scenárov; vysvetliť obmedzenia používané pri riadení trhových rizík vrátane rozpočtovania rizika, limitov pozícií, limitov scenárov a limitov stop-loss;

Týždeň 6-7. BACKTESTING A SIMULÁCIA

Opísať ciele pri spätnom testovaní investičnej stratégie; opísať a kontrastovať kroky a postupy pri spätnom testovaní investičnej stratégie; interpretovať metriky a vizuály uvedené v spätnom teste investičnej stratégie; identifikovať problémy v spätnom teste investičnej stratégie; vyhodnotiť a interpretovať analýzu historického scenára; porovnanie Monte Carlo a historické simulačné prístupy; vysvetliť vstupy a rozhodnutia v simulácii a interpretovať výstupy simulácie;

Týždeň 8. Priebežný test

Týždeň 9-10. VÝVOJ HOSPODÁRSTVA A INVESTIČNÉ TRHY

Vysvetliť pojem, že na ovplyvnenie trhových hodnôt musia ekonomické faktory ovplyvniť jednu alebo viacero z nasledujúcich oblastí: 1) úrokové sadzby bez zlyhania naprieč splatnosťami, 2) načasovanie a /alebo veľkosť očakávaných peňažných tokov a 3) rizikové prémie; vysvetliť úlohu očakávaní a zmien v očakávaníach pri trhovom oceňovaní; vysvetliť vzťah medzi dlhodobým tempom rastu ekonomiky, volatilitou tempa rastu a priemernou úrovňou reálnych krátkodobých úrokových sadzieb; vysvetliť, ako fáza obchodného cyklu ovplyvňuje krátkodobé úrokové sadzby, sklon termínovej štruktúry úrokových sadzieb a relatívnu výkonnosť dlhopisov rôznych splatností; opis faktorov, ktoré ovplyvňujú výnosové rozpätie medzi dlhopismi, ktoré nie sú upravené o infláciu a dlhopismi ktoré sú indexované infláciou; vysvetliť, ako fáza obchodného cyklu ovplyvňuje úverové rozpätia a výkonnosť úverovo citlivých nástrojov s pevným výnosom; vysvetliť, ako fáza podnikateľského cyklu ovplyvňuje očakávania krátkodobého a dlhodobého zisku; opísať, ako sa ekonomická analýza používa v stratégiách rotácie sektorov; opísať ekonomické faktory ovplyvňujúce investície do komerčných nehnuteľností.

Týždeň 11-12. ANALÝZA AKTÍVNEHO PORTFOLIO MANAŽMENTU Opísať, ako sa meria pridaná hodnota aktívneho manažmentu; vypočítať a interpretovať informačný pomer (ex post a ex ante) a porovnať ho s pomerom Sharpe; opísať a interpretovať základný zákon aktívnej správy portfólia vrátane jeho súčastí - prevodový koeficient, informačný koeficient, rozsah a aktívne riziko (agresivita); vysvetliť, ako môže byť informačný pomer užitočný pri výbere investičného manažéra a pri výbere úrovne aktívneho rizika portfólia; porovnať stratégie aktívneho riadenia vrátane načasovania trhu a výberu bezpečnosti a hodnotiť zmeny stratégie z hľadiska základného zákona aktívneho riadenia; opísať praktické prednosti a obmedzenia základného zákona aktívneho manažmentu. Týždeň 13. ELEKTRONICKÉ TRHY A NÁKLADY OBCHODOVANIA Vysvetliť zložky nákladov na realizáciu obchodov, vrátane explicitných a implicitných nákladov; vypočítať a interpretovať efektívne rozpätia a odhady transakčných nákladov VWAP; opísať faktory, ktoré sú hybnou silou rozvoja elektronických obchodných systémov; opísať fragmentáciu trhu; identifikovať a porovnať typy elektronických obchodníkov; opísať charakteristiky a použitia elektronických obchodných systémov; opísať komparatívne výhody obchodníkov s nízkou latenciou; opísať riziká spojené s elektronickým obchodovaním; opísať nevhodné obchodné praktiky, ktoré môže dohľad nad tržmi v reálnom čase odhaliť																							
Odporúčaná literatúra: CFA Institute: CFA Program Curriculum 2022, Level 2 Box Set. Wiley, 2022																							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický																							
Poznámky:																							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 5 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th><th>M</th></tr> <tr> <td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>80,0</td><td>0,0</td><td>20,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td></tr> </table>								A	ABS	B	C	D	E	FX	M	0,0	0,0	0,0	80,0	0,0	20,0	0,0	0,0
A	ABS	B	C	D	E	FX	M																
0,0	0,0	0,0	80,0	0,0	20,0	0,0	0,0																
Vyučujúci: 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.KIS/276M/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: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (60 percent), skúška v skúškovom období (40 percent). V priebehu semestra má študent možnosť získať 60 percent za odovzdanie a prezentovanie troch častí semestrálnej práce. • Prezentácie konkrétnej témy v teoretickej rovine – 15 percent. • Prezentácie konkrétnej témy v praktickej rovine (z konkrétnej organizácie) – 15 percent. • Spracovaná interná metodika pre manažment projektov – 30 percent. V skúškovom období je možné z písomného testu získať 40 percent. Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: priebežné hodnotenie (60%), skúška (40%)	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študent získa konkrétne znalosti z problematiky multiprojektového riadenia, najmä z pohľadu organizácie a nastavenia systému koordinácie procesov plánovania, monitoringu a kontroly paralelne prebiehajúcich projektov v organizácii. Po absolvovaní predmetu by študenti mali vedieť zostaviť metodiku manažmentu projektov pre organizáciu. Predmet rozvíja znalosti projektového manažmentu v širšom kontexte manažmentu organizácie, poukazuje na vzťahy a možnosti aplikácie projektového prístupu a projektových techník v manažmente organizácie. Predmet je nastavený v úzkej spolupráci s predstaviteľmi podnikovej a manažérskej praxe, ako aj na základe vlastného výskumu v oblasti projektového manažmentu a využívania metodológií projektového manažmentu.	
Stručná osnova predmetu:	

Cieľom predmetu je doplniť a rozvinúť už nadobudnuté poznatky z problematiky projektového manažmentu. Oboznámiť študentov so špecifikami manažmentu projektov najmä z pohľadu manažmentu portfólia projektov (multiprojektového riadenia) v kontexte manažmentu organizácie. Zámerom predmetu je aj oboznámiť študentov s hlavnými metodológiami projektového manažmentu skúsenostnou formou.

Cieľom cvičení je získať konkrétne znalosti z problematiky multiprojektového riadenia, najmä z pohľadu organizácie a nastavenia systému koordinácie procesov plánovania, monitoringu a kontroly paralelne prebiehajúcich projektov v organizácii.

Proces manažmentu projektu, základné typy rizík, proces manažmentu projektu, produkty, role, metriky, životný cyklus projektu, etapy (fázy) projektu – zahájenie projektu, plánovanie projektu, uskutočňovanie projektu, uzavretie projektu. Miesto projektového manažmentu v organizačnej štruktúre, modely organizačných štruktúr, tímový manažment projektu.

Projektové plánovanie, obsah plánovacieho procesu, postup pri plánovaní, dokumentácia plánovacieho procesu.

Hierarchická štruktúra činností projektu, nástroje časového plánovania.

Proces riadenia realizácie projektu, obsah procesu riadenia realizácie projektu, nástroje pre sledovanie stavu realizácie projektu, kontrolné mechanizmy.

Projekt a investície. Analýza dopytu a metódy prognózovania. Kapacity a projektové prepočty, obsah projektových výpočtov, časové fondy, kapacita, obmedzujúce podmienky. Plánovanie rozpočtu, vplyv obmedzených zdrojov, riziká a rezervy. Efektívnosť investícií, zásady, etapy hodnotenia, metódy a kritéria hodnotenia.

Štúdia realizovateľnosti, ciele, stratégia, marketingová stratégia, analýza trhu a objemy produkcie, materiálové vstupy a energia, pracovné sily, umiestnenie projektu v prostredí, technológia a technické zaistenie projektu, implementačný plán projektu, ekonomické hodnotenie projektu.

Strategické plánovanie, ďalšie projektové postupy, výber projektového postupu, ako správne aplikovať procesy, faktory ovplyvňujúce výber a prispôsobenie procesu, možnosti prispôsobenia vybraného procesu.

Odporúčaná literatúra:

Odporúčaná literatúra:

- [1] PAPULA, J. 2012. Strategický manažment projektov. Bratislava : Pagoda, 2012.
- [2] RUSSEV, S. – GREGUŠ, M. 2010. Riadenie projektov s Microsoft Project 2010. Krátky a rýchly návod na prácu s MS Project 2010. Bratislava : Microsoft, 2010.
- [3] BENTLEY, C. 2011. The Essence of the Project Management Method – PRINCE2. 7th Edition. AIS Management, 2011. ISBN 978-09-576-0760-6
- [4] COBB, C. G. 2011. Making Sense of Agile Project Management: Balancing Control and Agility. Hoboken : John Wiley and Sons, 2011. ISBN 978-04-709-4336-6
- [5] KERZNER, H. R. 2013. Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling. 11th Edition. John Wiley and Sons, 2013. ISBN: 978-11-180-2227-6
- [6] MEREDITH – MANTEL. 2005. Project Management: A Managerial Approach. 6th Edition. John Wiley and Sons, 2005. ISBN 04-717-1537-9
- [7] PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. 2008. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide). 4th Edition. An American National Standard ANSI/PMI 99-001-2008. ISBN 978-19-338-9051-7
- [8] ROSENAU, M. D. 2007. Řízení projektů. 3. vydání. Brno : Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1506-0
- [9] RUSSEV, S. 2011. Manažment projektov. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2011. ISBN 978-80-223-2818-0
- [10] SABOL, T – MACEJ, P. 2001. Projektový manažment. Košice : Technická Univerzita v Košiciach, 2001.

- [11] SCHWALBE, K. 2008. Information Technology Project Management, Course Technology. 5th Edition. 2008. ISBN 978-03-246-6521-5
- [12] SCHWALBE, K. 2007. Řízení projektů v IT. Brno : Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1526-8
- [13] Webové sídlo Akademické knihovnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.
- [14] Ďalšie zdroje budú priebežne dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 169

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
27,22	0,0	26,04	21,3	10,65	8,88	0,0	5,92

Vyučujúci: Ing. Peter Balco, PhD., doc. Ing. Ján Papula, PhD., Mgr. Miriam Filipová

Dátum poslednej zmeny: 30.09.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/084M/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: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Po každej konzultácii, resp. po zhrnutí problematiky (vychádzajúc zo sprístupnenej zvukovej nahrávky) môže študent za odoslanie vyplneného formulára v MS Forms týkajúceho sa problematiky príslušnej konzultácie získať hodnotenie v rozpätí 0 až 10 bodov. Takéto zadania v priebehu výučbovej časti semestra budú štyri, spolu za ne bude možné získať bodové hodnotenie v rozpätí 0 až 40 bodov. Počas skúšobného obdobia môže študent získať zvyšných 60 bodov za absolvovanie písomnej skúšky vo forme šiestich otvorených otázok, každá za desať bodov. Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je hľadať možnosti pre riešenie problémov, s ktorými sa stretáva súčasná prax marketingového riadenia. Ide o riešenie problémov nedostatočnej účinnosti marketingových aktivít a návrh spôsobov merania ich efektívnosti, nakoľko pri stále rastúcich výdavkoch na marketing sa dosahuje stále menší ekonomický efekt z nich. Ako ďalej v tejto situácii? Ako sa vyrovnat' s rastúcimi výdavkami na marketing podmienenými hyperkonkurenčným bojom? Odpoveď na niektoré z týchto otázok poskytuje predmet, ktorý je praktickým návodom, ako na to v súčasnom konkurenčnom prostredí, ktoré je v oblasti marketingového riadenia stále tvrdšie. Predmet je zameraný na osvojenie si princípov racionality v marketingovom riadení. Vychádza z analýzy názorov tzv. spoločenskej kritiky marketingu a naznačuje trend udržateľnosti v marketingovom riadení organizácií na prahu tretieho tisícročia. Absolvovaním predmetu študent získa komplexnú bázu poznatkov týkajúcu sa moderného marketingového riadenia tak, že ich je schopný uplatniť na všetkých stupňoch riadenia.	
Stručná osnova predmetu:	

1. Potreba reformy marketingového manažmentu na prahu tretieho tisícročia.
2. Udržateľný marketing – „prečo a ako integrovať udržateľnosť do marketingového riadenia?“
3. Koncepcia racionálneho marketingového manažmentu.
4. Postavenie zákazníka v koncepcii racionálneho marketingového manažmentu.
5. Spotrebiteľské správanie a udržateľná spotreba.
6. Meranie hodnoty marketingových aktivít a investícií v rámci organizácie a tvorba a organizovanie aktivít v rámci budovania jedinečnosti marketingového riadenia v rámci organizácie.
7. Racionalizácia stratégií prvkov marketingového mixu – produktová stratégia I (tvorba nových, udržateľných produktov, rozhodovanie o značke a obale udržateľných produktov).
8. Racionalizácia stratégií prvkov marketingového mixu – produktová stratégia II (metriky na hodnotenie podielov na trhu, podielov v mysliach a povedomí zákazníkov, ukazovatele súvisiace s produktom a manažmentom portfólia produktov).
9. Racionalizácia stratégií prvkov marketingového mixu – „cenová stratégia (cena z pohľadu zákazníka vs. cena z pohľadu organizácie, tvorba a bariéry budovania udržateľnej cenovej stratégie, ukazovatele súvisiace s uplatňovanou cenovou stratégiou).
10. Racionalizácia stratégií prvkov marketingového mixu – distribučná stratégia (transformácia distribučných kanálov na distribučné cykly, maloobchod a jeho vzťah ku koncepcii udržateľnosti, ukazovatele súvisiace s distribúciou).
11. Racionalizácia stratégií prvkov marketingového mixu – marketingová komunikácia I (ambivalentnosť marketingovej komunikácie a jednotlivých jej nástrojov, zložitosť tvorby stratégie marketingovej komunikácie v súčasnosti v kontexte bariér budovania udržateľnej komunikačnej stratégie).
12. Racionalizácia stratégií prvkov marketingového mixu – marketingová komunikácia II (ukazovatele súvisiace s hodnotením efektívnosti a účinnosti tradičných a moderných nástrojov marketingovej komunikácie).
13. Prehľad obsahu predmetu a prednáška na aktuálnu tému.

Odporúčaná literatúra:

- [1] PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ, G. – GUBÍNIOVÁ, K. 2015. Udržateľný marketingový manažment. Rozšírené a doplnené vydanie. Trenčín : Inštitút aplikovaného manažmentu, 2015. 329 s. ISBN 978-80-89600-24-3
- [2] PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ, G. – GUBÍNIOVÁ, K. 2016. Vybrané kapitoly z e-learningového kurzu Marketing manažment. Trenčín : Inštitút aplikovaného manažmentu, 2016. 664 s. ISBN 978-80-89600-27-4
- [3] AMATULLI, C. – DE ANGELIS, M. – COSTABILE, M. 2017. Sustainable Luxury Brands. Evidence from Research and Implications for Managers. London : Macmillan, 2017, 259 p. ISB 978-1-137-60158-2
- [4] BELZ, F. M. – PEATTIE, K. 2011. Sustainability Marketing. A Global Perspective. West Sussex : John Wiley & Sons, 2011. ISBN 978-0-470-51922-6
- [5] BRIDGES, C. M. – WILHELM, W. B. 2008. Going Beyond Green: The „Why and How“ of Integrating Sustainability Into the Marketing Curriculum. In : Journal of Marketing Education. 2008, Vol. 30, No. 1, p. 33-46. ISSN 0273-4753
- [6] HACKLEY, Ch. 2009. Marketing. A Critical Introduction. London : Sage Publications, 2009. 186 p. ISBN 978-1-4129-1149-8
- [7] RICHARDSON, N. 2020. Sustainable Marketing Planning. London : Routledge, 2020, 271 p. ISBN 978-0-367-02521-2
- [8] Databázy Univerzitnej knižnice, Centra vedecko-technických informácií Slovenskej republiky.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk							
Poznámky: Vedomosti, zručnosti, kompetentnosti a prenositeľné spôsobilosti, ktoré získa študent úspešným absolvovaním predmetu a ovplyvňujú jeho osobný rozvoj a môžu byť využité v jeho budúcom kariérnom uplatnení a v živote ako aktívnych občanov v demokratických spoločnostiach sú uvedené v sylabe predmetu.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 172							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
1,74	0,0	4,65	19,77	25,58	37,21	6,4	4,65
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, 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/089M/21	Názov predmetu: Marketingová analytika a vizualizácia dát
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: 70 % 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% - 40% záverečný projekt vizualizácie dát 30 % záverečné hodnotenie • 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 70 : 30. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Pomer priebežného a záverečného hodnotenia je 70 : 30.	
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. Rovnako budú vedieť pracovať s vizualizačnými nástrojmi.	
Stručná osnova predmetu: Základná charakteristika marketingovej analytiky. (Marketingový výskum a jeho súčasti. Úloha a postavenie marketingovej analytiky v organizácii. Životný cyklus zákazníka.) Druhy analýz využívaných v marketingovej analytike. (Segmentácia zákazníkov, Cross Sell, Up Sell, Customer Retention, Celoživotná hodnota zákazníka.) Štatistický softvér Enterprise Miner (Úvod do práce so softvérom SAS Enterprise Miner. Základné pojmy.) Segmentácia zákazníkov. (Definícia pojmov, základné typy segmentácie. Vytvorenie zákazníckych segmentov. Profilácia zákazníckych segmentov. Segmentačné stratégie.)	

Cross Sell a Up Sell. (Definícia pojmov. Základné komponenty Cross Sell modelovania. Next Best Offer. Využitie asociačnej analýzy (analýzy nákupného košíka) na identifikáciu Next Best Offer. Využitie sekvenčnej analýzy na identifikáciu Next Best Offer. 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.) Modelovanie sklonu k odchodu. (Ktorí zákazníci odídu na budúci mesiac. Využitie výsledkov modelovania pri riadení kampaní.) Celoživotná hodnota zákazníka (CLV). (Definícia pojmov. Základné prístupy k výpočtu celoživotnej hodnoty zákazníka. Využitie CLV v marketingu.)																							
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-minerTM---pattern-recognition-demo?autoStart=true#category/videos/customer-intelligence_																							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: SJ																							
Poznámky:																							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th><th>M</th></tr> <tr> <td>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><td>0,0</td></tr> </table>								A	ABS	B	C	D	E	FX	M	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
A	ABS	B	C	D	E	FX	M																
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																
Vyučujúci: 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/028M/00	Názov predmetu: Marketingový výskum
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % výskumný projekt. Hodnotenie bude založené na posúdení úrovne a kvality výskumného projektu. 60 % záverečný test. Záverečný test bude kombináciou otvorených a uzatvorených otázok z prednášok a seminárov. Písomný test prostredníctvom aplikácie MS Forms. Výskumný projekt sa spracováva priebežne počas výučbovej časti semestra. Študenti vypracovávajú výskumný projekt v tíme. Výskumný projekt sa odovzdáva bez možnosti dodatočných úprav a dodatočnej výmeny. Termíny skúšok budú určené na základe koordinácie termínov najneskôr 1 týždeň pred začiatkom skúškového obdobia. 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 dovoleným 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:

Po absolvovaní predmetu budú študenti schopní analyzovať a interpretovať dáta, ktoré sa používajú v marketingovej praxi. Získajú schopnosti a zručnosti potrebné na prácu v riadiacich pozíciách pomocou informácií v kontexte marketingového manažmentu. Študenti budú zvládať riešenie zložitých problémov súvisiacich s výskumom a budú schopní analyzovať trh a zákazníkov.

Stručná osnova predmetu:

1. Úloha marketingového výskumu v riadení marketingových aktivít – úvod do problematiky.
2. Proces realizácie marketingového výskumu.
3. Typológia marketingového výskumu.
4. Dopytovanie ako metóda marketingového výskumu.
5. Pozorovanie ako metóda marketingového výskumu.
6. Experimentálny dizajn v marketingovom výskume.
7. Výberové zisťovanie.
8. Panelový a omnibusový výskum.
9. Analýza dát – deskriptívna analýza: jednorozmerná, dvojrozmerná a viacrozmerná deskriptívna analýza.
10. Testovanie hypotéz.
11. Analýza dát – pokročilejšia analýza: regresná analýza, korelačný koeficient, faktorová analýza.
12. Analýza dát – pokročilejšia analýza: structural equation modeling, zhuková analýza a conjoint analýza.
13. Tendencie vo vývoji marketingového výskumu.

Odporúčaná literatúra:

- BRADLEY, N., 2013. Marketing Research tools and Techniques. Oxford: Oxford University Press, 2013. ISBN 978-0-19-965509-0.
- HAGUE, P. N., HAGUE, N., 2004. Market Research in Practice: A Guide to the Basics. Pages: 257, Publisher: Kogan Page Ltd, 2004. E-source: <<http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10084442>>
- CHURCHILL, A. G. – IACOBUCCI, D., 2010. Marketing Research. Methodological Foundations. South-Western, Cengage Learning, 2010. ISBN 0-538-74377-8.
- KOZEL, R., 2006. Moderní marketingový výzkum. Praha: Grada Publishing, 2006. [online]. Available from: <http://books.google.sk/books?id=1EfM8GQIOBcC&dq=marketingov%C3%BD+v%C3%BDzkum&source=gbs_navlinks_s>
- KUMAR, V., 2015. Marketing research. A global Outlook. New Dehli: Sage Publications, 2015. ISBN 978-93-515-0248-7.
- OLŠAVSKÝ, F., 2016. Brands, net disposable income and consumer behavior of Slovaks. In: Management in theory and practice. Praha: Newton College, 2016. ISBN 978-80-87325-08-7
- RICHTEROVÁ, K. a kol. 2007. Marketingový výskum. Bratislava: Ekonóm, 2007. ISBN 80-225-2362-2
- SCHARRER, E. a RAMASUBRAMANIAN, S., 2021. Quantitative Research Methods in Cmmunication. The Power of Numbers for Social Justice. Rountledge, 2021. ISBN 978-0-367-54785-1
- TAHAL, R. a kol. 2017. Marketingový výzkum. Postupy, metody, trendy. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 80-271-0206-8
- VOKOUNOVÁ, D. a kol. 2004. Praktikum z prieskumu trhu. Bratislava: Ekonóm, 2004. ISBN 80-225-1753
- časopisy Trend, Journal of International Marketing, Marketing Science and Inspirations

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1057							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
37,56	0,0	20,15	16,84	13,15	7,0	5,01	0,28
Vyučujúci: Mgr. František Olšavský, PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, 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.KMk/088M/21	Názov predmetu: Marketing vo vyhľadávacích nástrojoch
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (50 percent). 20% z priebežného hodnotenia predstavuje vypracovanie priebežných úloh zadávaných v kontexte tematických okruhov predmetu. 30% priebežného hodnotenia tvorí vytvorenie projektu konkrétnej aplikácie marketingu vo vyhľadávacích nástrojoch pre vybranú organizáciu a jej webovú stránku. Záverečné hodnotenie – 50% Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu získajú študenti schopnosť porozumieť tomu, ako fungujú algoritmy najpopulárnejších vyhľadávacích nástrojov a radenie výsledkov a ako možno pomôcť konkrétnej webovej stránke zvýšiť viditeľnosť vo vyhľadávačoch a získať viac návštevníkov a konverzií. Študentividia, prečo je viditeľnosť vo vyhľadávaní v centre moderného marketingu. Naučia sa, ako nastaviť vhodnú SEM stratégiu a prakticky zvládnu konkrétne aktivity v rámci PPC (Google Ads) a SEO tak, aby dokázali stratégiu aj prakticky implementovať. Zoznámia sa s množstvom nástrojov, ktoré sú cennou pomôckou pri PPC a SEO a znalosti preukážu spracovaním praktického implementačného projektu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Viditeľnosť vo výsledkoch vyhľadávania ako základ integrovanej marketingovej komunikácie. 2. Vyhľadávacie nástroje – prehľad SK verzus iné krajiny, podobnosti a rozdiely. 3. Výsledky vyhľadávania – princíp hľadania, typy odkazov a výsledkov, hlasové vyhľadávanie. 4. Kľúčové slová – analýza KW, princípy, nástroje. 5. Google Ads – nastavenie kampane, reklamné skupiny, reklamy.	

6. Faktory organického umiestnenia – prehľad – najvýznamnejšie faktory, ktoré ovplyvňujú pozície vo vyhľadávaní.
7. Onsite SEO – detailné vysvetlenie procesu, analýza obsahu, HTML, technické SEO, nástroje.
8. Offsite SEO – link profil, budovanie link profilu, ukazovatele, nástroje.
9. Sledovanie rankingu – ukážky sledovania pozícií – rôzne trhy, GEO lokácie, kategórie, KW, tagy, organické KW verzus manuálne sledovanie, nástroje.
10. SEO audit – komponenty, praktické ukážky auditu a nastavenia SEO stratégie.
11. SEM stratégia – kombinácia Google Ads a SEO.
12. Grey hat a black hat SEO.
13. Projekt návrhu a implementácie SEM stratégie resp. realizácie SEO auditu vybranej webovej stránky.

Odporúčaná literatúra:

- [1] MIKLOŠÍK, A - KUČTA, M. 2017. Informačné systémy: digitálne technológie v marketingu. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2017. 227 s. ISBN 978-80-225-4427-6
- [2] DOMES, M., 2012. Google AdWords jednoduše. Brno: Computer Press, 2012. 144 s. ISBN 978-80-251-3757-4
- [3] KAUSHIK, A., 2011. Webová analytika 2.0 – Kompletní průvodce analýzami návštěvnosti. Brno: Computer Press 2009. 456 s. ISBN 978-80-251-2964-7
- [4] SPONDER, M. – KHAN, G.F. 2017. Digital Analytics for Marketing. 1st edition. Abingdon: Routledge, 2017, 310 p. ISBN 978-11-381-9068-9
- [5] GILBERT, S., 2013. The Story of Google. Mankato, MN: Jaico Publishing House, 2013. 70 s. ISBN 978-8184953640
- [6] Oficiálne stránky Google Analytics [online]. [cit. 2.2.2020]. <https://analytics.google.com/analytics/web/?hl=sk&pli=1>
- [7] Oficiálne stránky Google AdWords [online]. [cit. 2.2.2020]. https://ads.google.com/intl/sk_sk/getstarted/?subid=sk-sk
- [8] Oficiálne stránky Google Skillshop [online]. [cit. 19.2.2020]. <https://skillshop.exceedlms.com/student/catalog/browse>
- [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/>.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 8

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
75,0	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., doc. Ing. Andrej Miklošík, PhD.

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.KEF/077M/10	Názov predmetu: Medzinárodné financie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aby študent úspešne absolvoval predmet je potrebná aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach k predmetu, účasť na priebežnom teste, absolvovanie prezentácie na vybranú tému a účasť na záverečnej skúške. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Hodnotenie predmetu sa uskutočňuje nasledovne: Hodnotenie seminára tvorí 40% predmetu a skladá sa z hodnotenia prezentácie na vybranú tému zo sylabu (20%) a priebežného testu v polovici semestra (20%). Výsledok záverečnej písomnej skúšky je hodnotený 60% bodov.	
Výsledky vzdelávania: Absolventi predmetu Medzinárodné financie získajú prehľad o praktických otázkach súvisiacich s medzinárodným podnikateľským prostredím, finančnými inštitúciami, trhmi a možnostiach investovania. Pomocou riešenia prípadových štúdií z problematiky medzinárodných organizácií, uplatnenia menových kurzov, pôsobenia burzy a podobne sa zároveň naučia využívať poznatky z predmetov bakalárskeho stupňa štúdia v praxi. Budú schopní abstraktne a analyticky rozmýšľať o problematike medzinárodného podnikania, medzinárodného financovania, manažmentu a tém s tým súvisiacich.	
Stručná osnova predmetu: Medzinárodné finančné prostredie Platobná bilancia Medzinárodné menový vzťahy Systém menového kurzu Medzinárodné podmienky parity a predikcia menových kurzov Devízové trhy a devízové obchody Medzinárodné finančné trhy Medzinárodný pohyb kapitálu Európska menová integrácia Medzinárodné finančné inštitúcie Medzinárodná likvidita a devízové rezervy Devízová expozícia a devízové riziko	

Medzinárodný platobný styk							
Odporúčaná literatúra: 1. Musa H. a kol.: Medzinárodné financie, Wolters Kluwer, Bratislava, 2017 2. Mandel M., Durčáková J.: Mezinárodní finance a devizový trh, Management press, Praha, 2016 3. Chovancová B. a kol.: Finančné trhy, nástroje a transakcie, Wolters Kluwer, Bratislava, 2016 4. Rejnuš, O.: Finanční trhy, Grada publishing, Praha, 2016 5. Eiteman, D., K., Stonehill, A., I., Moffett, M., H.: Multinational Business Finance. Addison Wesley, 2001 6. Komorník, J. a kol. : Medzinárodné a európske financie. FM UK Bratislava, 1998							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 499							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
51,5	0,0	27,05	11,02	4,41	3,01	1,6	1,4
Vyučujúci: Mgr. Lucia Paškrťová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 02.09.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/022M/00	Názov predmetu: Medzinárodný manažment ľudských zdrojov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (50 percent), skúška v skúškovom období (50 percent). • 30 percent – projekt tímová prezentácia. • 20 percent – MMLZ podľa zadaných tém a riešení úloh na seminároch. aktívna účasť (5%) • 45 percent – písomná skúška. Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 55/45	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s využívaním manažmentu ľudských zdrojov v medzinárodných/nadnárodných organizáciách, ktoré pôsobia v medzinárodnom prostredí s dôrazom na pochopenie regionálnych/globálnych špecifik pri zamestnávaní domácej a zahraničnej pracovnej sily. Výsledkom vzdelávania je poukázať akými personálnymi činnosťami/funkciami sa využívajú ľudské zdroje, ktoré sú hlavným faktorom úspechu alebo neúspechu organizácií v medzinárodnom prostredí a pochopiť rozdiely v ich využívaní vo vybraných štátoch (EÚ, Ázia, UK). Študenti získajú schopnosti analyzovať, porovnávať a orientovať sa v európskom/medzinárodnom prostredí s cieľom uľahčiť ich adaptáciu na nové pracovné prostredie a podmienky práce pri medzinárodnej mobilite resp. práce v zahraničí. Nadobudnuté vedomosti o podmienkach a špecifikách zamestnávania v EÚ umožnia rýchlejšiu adaptáciu na pracovné podmienky v rámci mobility pracovnej sily. Výsledkami vzdelávania sa získajú schopnosti spracovávať informácie, schopnosti tímovej spolupráci, schopnosť pracovať v medzinárodnom prostredí a prispôbiť sa novým podmienkam.	
Stručná osnova predmetu: 1. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov – úvod do kurzu	

2. Úvod do európskeho MLZ. 3. Funkcie medzinárodného MLZ (nábor, výber, vzdelávanie, rozvoj a kariéra, motivácia a odmeňovanie medzinárodného pracovníka). 4. Priemyselné vzťahy v Európe. 5. Participácia zamestnancov a zamestnanecké rady. Formy flexibilnej organizácie práce. 6. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Veľkej Británii. 7. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Nemecku. 8. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Francúzsku. 9. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Taliansku. 10. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Strednej Európe (Česká Republika, Slovensko, Slovinsko, Maďarsko, Poľsko) a ich porovnanie. 11. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Ázii (Južná Kórea, Japonsko, Čína, Singapur) a ich porovnanie. 12. Prezentácie študentov.
Odporúčaná literatúra: Odporúčaná literatúra: [1] BAJZÍKOVÁ, Ľ. – BÚCIOVÁ, Z. 2012. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2012. [2] DOWLING, P.J. – FESTING, M. – ENGLE, A. D. 2017. International Human Resource Management. CENGAGE Learning 2017. [3] HOLLINSHEAD, G. 2009. International and Comparative Human Resource Management. McGraw-Hill Europe, 2009. [4] ILLES, P. – ZHANG, C. 2013. International Human Resource Management: A Cross-Cultural and Comparative Approach. London : CIPD, 2013. ISBN 978-1-84398-300-2 [5] SCHOLZ, CH. – BÖHM, H. 2008. Human Resource Management in Europe (Comparative Analysis and Contextual Understanding). Routledge, 2008. [6] Journal of Human Resource Management. [7] Webové sídlo Akademickej knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/. [8] Ďalšie zdroje budú priebežne dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický jazyk
Poznámky: 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.							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 471							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
42,89	0,0	25,9	15,29	8,49	2,97	3,61	0,85
Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD.							
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.KMk/030M/00	Názov predmetu: Medzinárodný marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Marketing	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % priebežné hodnotenie - aktívna účasť na seminároch a vypracovávanie prípadových štúdií (v prípade neospravedlnenej neúčasti alebo nepripravenosti na seminár strata 10%), - semestrálny projekt – aplikácia získaných teoretických znalostí na vybranú organizáciu – 20%, - semestrálna práca na vopred zvolenú a schválenú tému – 20%, 60 % záverečné hodnotenie - skúška – písomná, online test s využitím vybranej aplikácie (MS Forms) Elektronická komunikácia a spôsob distribúcie študijných materiálov prebieha cez aplikáciu MS Teams. Semestrálny projekt sa spracováva priebežne na jednotlivých seminároch, konkrétne zadanie je vždy zadané týždeň vopred na seminári. Študenti môžu semestrálny projekt spracovať v skupinách alebo samostatne. Semestrálny projekt sa odovzdáva bez možnosti dodatočných úprav a dodatočnej výmeny. Semestrálna práca je komplexne hodnotená vzhľadom na jej kvalitu. Semestrálnu prácu je potrebné vypracovať a odovzdať najneskôr jeden týždeň pred prvým termínom skúšky. Semestrálna práca sa odovzdáva bez možnosti dodatočných úprav a dodatočnej výmeny. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Študenti po absolvovaní predmetu Medzinárodný marketing získajú možnosť hlbšieho poznania problematiky pôsobenia a činnosti podnikateľských subjektov v prostredí medzinárodného a svetového trhu, ako aj orientácie v prostredí medzinárodných trhov, určovania vhodných stratégií pre vstup na dané trhy, ako aj aplikácie prvkov marketingového mixu v medzinárodnom kontexte. Predmet umožňuje odhadovať a analyzovať medzinárodné prostredie, určiť vhodnú stratégiu pre vstup na medzinárodný trh a porozumieť aplikácii prvkov marketingového mixu v kontexte medzinárodného prostredia.	

Stručná osnova predmetu:

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

Odporúčaná literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 1167

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
19,28	0,0	25,19	21,94	17,31	14,22	1,46	0,6

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

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.KKM/279M/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: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Predmet je vyučovaný nasledovne: Prednášky budú prístupné online prostredníctvom MS Teams. Pri prihlasovaní sa do MS Teams je nutné použiť univerzitnú e-mailovú adresu v tvare priezviskočíslo@uniba.sk, použiť heslo do AIS2 a pripojiť sa k tímu 2021/2022 FMUK_Modelovanie_ekonomických_procesov_denní. Študijné materiály budú zverejňované cez https://moodle.uniba.sk/ predmet 2021/2022 FMUK_Modelovanie_ekonomických_procesov_denní. Je nutné zaevidovať sa do systému Moodle. V systéme Moodle budú zverejnené študijné materiály, budú tu prebiehať testy počas semestra a počas skúšobného obdobia. Študenti majú podľa rozvrhu online konzultácie s prednášajúcim. Študenti prihlásení na predmet dostanú do kalendára pozvánky na pravidelné pripojenie sa k online konzultáciám. Cvičenia sú povinné, budú prebiehať online cez podkanály jednotlivých cvičiacich v MS Teams. Jednotliví študenti sú pevne zaradení do skupín. Nie je možné vymieňať sa v skupinách. Repetenti sa pridávajú do skupiny, po konzultácii s cvičiacim. Hodnotenie predmetu počas semestra: 8 písomiek, každá po 5 bodov, spolu 40 bodov. Hodnotenie počas skúšobného: záverečný test za 60 bodov. Testy nie je možné robiť v náhradnom termíne počas semestra, náhradný test, len ak študent vydokladuje svoju neprítomnosť potvrdením od lekára. Dlhodobá práceneschopnosť sa bude riešiť individuálne, treba oznámiť túto skutočnosť prednášajúcemu a cvičiacemu čo najskôr e-mailom. IŠP treba nahlásiť prednášajúcim a cvičiacemu najneskôr do konca februára 2021. Skúška: študent môže absolvovať 1 riadny a jeden opravný termín ak na riadnom termíne nedosiahne potrebný počet bodov na absolvovanie predmetu. Termíny budú celoročníkové a budú zverejnené v dostatočnom predstihu v AIS2. Študent môže ísť na skúšku ak získa minimálne 60% bodov (tj. 24 bodov) z priebežného hodnotenia. Skúšku spraví, ak získa minimálne 60 bodov za priebežné hodnotenie a hodnotenie zo skúšky. Body, ktoré študent získa v priebehu semestra a na skúške sa započítavajú do výslednej známky z predmetu. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	

Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s princípmi modelovania a prognózovania časových radov v diskretnom a v spojitom čase. Oboznámia sa s ARIMA metodológiou, s metódami pre modelovanie volatility časových radov, s viacrozmernými časovými radmi a modelmi pre modelovanie vývoja časových radov v spojitom čase.							
Stručná osnova predmetu: Analýza časových radov: Úvod do analýzy časových radov, Dekompozícia časového radu, deterministická a reziduálna zložka. Box – Jenkinsova metodológia. Postup, výhody a nevýhody. Identifikácia modelu v Box – Jenkinsonovej metodológii, korelačná analýza a jej význam v BJ metodológii, informačné kritéria a ich význam v BJ metodológii. Stacionárne modely časových radov. AR, MA a ARMA procesy. Stacionarita a invertibilita ARMA procesov. Metódy odhadu parametrov modelov. Overovanie správnosti modelov. Predpovede v časových radoch. Najlepší lineárny prediktor. Metóda maximálnej vierohodnosti, predpovedné schémy. Výber a vyhodnotenie najlepšej predpovede. Modelovanie volatility, viacrozmerné časové rady, problém kointegrácie. Stochastické procesy a ich využitie v oceňovaní opcií. Vývoj cien akcií na finančnom trhu.							
Odporúčaná literatúra: Komorníková, Komorník, Mikula: Modelovanie ekonomických a finančných procesov. Skriptum FM UK Bratislava 1997 Cipra, T.: Finanční ekonometrie. Praha, Ekopress, 2008. Wilmott, Dewynne, Howison: Option Pricing: Math. Models and Computation. Oxford Financial, 1998. Bohdalová, Mária - Greguš, Michal: Stochastické analýzy finančných trhov. UK, Bratislava. 2012 Ruey S. Tsay: Analysis of Financial Time Series, Wiley, 2010							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 148							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
20,95	0,0	16,89	22,97	14,19	19,59	0,68	4,73
Vyučujúci: doc. RNDr. Jana Kalická, PhD., Mgr. Peter Pšenák, PhD., RNDr. Ing. Matúš Tibenský, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Dominika Békesová, doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., Dominika Ballová							
Dátum poslednej zmeny: 08.04.2022							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU ŠTÁTNEJ SKÚŠKY

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM/O5M/21	Názov predmetu: Obhajoba diplomovej práce
Počet kreditov: 15	
Stupeň štúdia: II.	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Diplomový seminár I, Diplomový seminár II, Diplomový projekt povinné predmety študijného programu	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Obhájenie predloženej diplomovej práce, pričom súčasťou obhajoby je kolokviálna diskusia z úrovne poznatkov absolventa druhého stupňa štúdia z oblasti poznania študijného odboru Ekonomia a manažment.	
Výsledky vzdelávania: Obhajobou diplomovej práce vie študent preukázať schopnosti odpovedať na teoreticko-metodologický okruh problémov predloženej diplomovej práce, na aplikačné aspekty problémov diplomovej práce, ako aj na širšie vedomosti z oblasti súčasného manažmentu. Vypracovaním a obhajobou diplomovej práce absolvent dokazuje svoju samostatnosť, odbornú erudíciu a schopnosť, že dokáže samostatne riešiť problémy hospodárskej praxe. Vzdelávacie činnosti a tvorivé činnosti študentov sú vzájomne prepojené - študent musí pri obhajobe diplomovej práce preukázať vedomosti o riešenej problematike, samostatnosť v riešení a dostatočnú odbornú argumentáciu navrhovaných riešení a profilovaných odporúčaní pre prax.	
Stručná osnova predmetu: Kritické zhodnotenie diplomovej práce s ohľadom na kritériá hodnotenia stanovené vnútrouniverzitnou legislatívou: systematickosť práce študenta, práca s domácou a zahraničnou odbornou literatúrou, vhodnosť metód riešenia problematiky, dosiahnutie stanovených cieľov, použiteľnosť výsledkov diplomovej práce v hospodárskej praxi, proporционаlnosť a logickosť štruktúry diplomovej práce, prínos študenta k riešenej problematike, formálna úprava diplomovej práce. Kolokviálna forma štátnej skúšky vychádza a nadväzuje na diplomovú prácu a obhajobu diplomovej práce, zameriava sa na trendy a smery rozvoja jednotlivých spracovaných a uvedených oblastí v kontexte aktuálneho vývoja prostredia, s logickým a racionálnym presahom na teoretické a aplikačné penzum vedomostí nadobudnutých štúdiom v povinných predmetoch študijného programu. 1. Finančný manažment. 2. Marketing manažment. 3. Organizačné správanie. 4. Manažment informačných systémov. 5. Manažment projektov. 6. Strategický manažment.	
Obsahová náplň štátnicového predmetu:	
Odporúčaná literatúra:	

[1] Vnútorňý predpis č. 7/2018 Smernica rektora Univerzity Komenského v Bratislave Úplné znenie vnútorného predpisu č. 12/2013 Smernice rektora Univerzity Komenského v Bratislave o základných náležitostiach záverečných prác, rigorózných prác a habilitačných prác, kontrole ich originality, uchovávaní a sprístupňovaní na Univerzite Komenského v Bratislave v znení dodatku č. 1 a dodatku č. 2 [2] Webové sídlo Akademickkej knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: https://www.fm.uniba.sk/pracoviska/kniznica-fm-uk/. [3] Odborná literatúra podľa témy a zamerania diplomovej práce, prípadne podľa odporúčania vedúceho práce.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk
Poznámky: Skúšobná komisia na vykonanie štátnych skúšok má najmenej štyroch členov. Predseda skúšobnej komisie je vysokoškolský učiteľ pôsobiaci vo funkcii profesora alebo docenta. Skúšobná komisia je uznášaniaschopná, ak je prítomný jej predseda a aspoň dvaja ďalší členovia. O hodnotení štátnej skúšky alebo jej súčasti rozhoduje skúšobná komisia konsenzuálne. Ak skúšobná komisia nedospeje ku konsenzu, o hodnotení štátnej skúšky alebo jej súčasti sa rozhoduje hlasovaním.
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/086M/21	Názov predmetu: Online marketingové nástroje a aplikácie
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: Celkové hodnotenie študentov pozostáva z nasledovného súčtu percent: - aktívna účasť na seminároch (12 percent) - vypracovanie a prezentovanie prípadových štúdií podľa jednotlivých tém (48 percent) - písomná skúška (40 percent) Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 60/40	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študent získa praktické skúsenosti s používaním vybraných online marketingových nástrojov a aplikácií. Bude schopný samostatne analyzovať webové stránky a aplikácie prostredníctvom nástrojov webovej analytiky Google Analytics alebo Microsoft Clarity. Rozumie kľúčovým ukazovateľom webovej analytiky a výkonnostného marketingu. Vie vytvoriť reklamnú PPC kampaň v nástroji Google Ads a spraviť základnú analýzu kľúčových slov. Orientuje sa mobilnom marketingu a vo video marketingu na YouTube. Dokáže napísať produktový reklamný text vrátane webových článkov a návodov. Rozumie významu organického a plateného vyhľadávania a je schopný analyzovať vyhľadávacie dopyty. Cieľom predmetu je naučiť študentov efektívne využívať online marketingové nástroje a aplikácie v praxi.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do online marketingových nástrojov, aplikácií - Prehľad aplikácií a Google nástroje 2. Manažment projektov a marketingu - Jira 3. Webová analytika 1 - Google Analytics - Publikum a Akvizícia 4. Webová analytika 2 - Google Analytics - Správanie a Konverzie 5. PPC kampane 1 - Google Ads - Plánovanie a Analýza kľúčových slov 6. PPC kampane 2 - Google Ads - Kampane a Reklamy	

7. Copywriting a content marketing 1 - Kreativita a tvorba textov
8. Copywriting a content marketing 2 - Produktové popisy, články, návody
9. Mobilný marketing - Google Play, Chrome Store, Apple Store, Steam, Epic

Odporúčaná literatúra:

- [1] REITER, M. MIKLOSIK, A. 2022. Google Analytics Best Practices in Online Business, EBES Conference 38th, Poland.
- [2] REITER, M. MIKLOSIK, A. CUPKA, A. 2021. Search Engine Optimization of Video Content. Marketing Identity, Trnava, Slovakia.
- [3] EHRENBURG, A. 2002. Brand Advertising As Creative Publicity. Journal of Advertising Research.
- [4] FELDWICK, P. 2015. Anatomy of Humbug. Troubador Publishing. 2015. 256 s. ISBN: 978-1784621926
- [5] GODIN, S. 2021. Toto je marketing. Lindeni. 2021. 240 s. ISBN 978-8056623176
- [6] KAUSHIK, A. Webová analitika 2.0 Kompletní průvodce analýzami návštěvnosti. Brno: Computer Press, a.s., 2010. 456 s, ISBN 978- 80-251-2964-7
- [7] KOTLER, P., KARTAJAYA, H., SETIAWAN, I. 2016. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley. 2016. 208 s. ISBN 978-1119341208
- [8] KOTLER, P., KELLER, K. 2013. Marketing Management. Grada. 2013. ISBN 978-8024741505
- [9] SHARP, B. 2017. Theory, Evidence, Practice. Oxford University Press. 2017. 832 s. ISBN 978-0195590296
- [10] SHARP, B. 2018. Jak se budují značky. Edice knihy Omega. 2018. 248 s. ISBN 978-8073906184
- [11] SNIJDERS, W. 2018. Eat Your Greens. Troubador. 2018. 400 s. ISBN 978-1789016758
- [12] TONKIN, S., WHITMORE, V., CUTRONA, J. Výkonnostný marketing s Google Analytics. Brno: Computer Press. 2012. ISBN 978-80-25-133-392.
- [13] VYHNÁNKOVÁ, E., LOSEKOOT, M. 2019. Jak na síť. Jan Melvil publishing. 2019. 328 s. ISBN 978-8075550842
- [14] YOUNG, M. 2018. Ogilvy o reklamě v digitálním věku. Svojtka&Co. 2018. 224 s. ISBN 978-8025621592
- [15] Webové sídlo Akademické knihovny UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.
- [16] Ďalšie zdroje budú priebežne doplňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Vedomosti, zručnosti, kompetentnosti a prenositeľné spôsobilosti, ktoré získa študent úspešným absolvovaním predmetu a ovplyvňujú jeho osobný rozvoj a môžu byť využité v jeho budúcom kariérom uplatnení a v živote ako aktívnych občanov v demokratických spoločnostiach sú uvedené v sylabe predmetu.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 34

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
5,88	0,0	29,41	26,47	17,65	11,76	5,88	2,94

Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniiová, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., Mgr. Ing. Miroslav Reiter, doc. Ing. Andrej Miklošík, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 12.02.2022
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/038M/00	Názov predmetu: Organizačné kultúry (európske špecifiká)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie (70%) - prípadové štúdie, esej, priebežný test Záverečné hodnotenie (30%) - záverečná písomná skúška Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent. Všetky materiály budú dostupné v tíme v aplikácii MS Teams. Všetky zadania zároveň študenti odovzdávajú prostredníctvom spomínaného tímu, prostredníctvom ktorého prebieha aj komunikácia s vyučujúcim. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 70/30	
Výsledky vzdelávania: Obsah predmetu sa zameriava na rozvíjanie schopnosti identifikovať a klasifikovať organizačnú kultúru v organizácii a porozumieť jej ako významnému nástroju riadenia organizácie, a to prostredníctvom pochopenia rozdielov v kultúrnom vývoji európskych štátov a ich odrazu v organizačných kultúrach v kontexte jednotlivých funkcií manažmentu ľudských zdrojov ako základu pre typológiu organizačných kultúr. Prostredníctvom štúdia relevantných zdrojov, vypracovania skupinového projektu, jeho prezentácie a riešením prípadových štúdií si študent osvojuje kontrastívnu metódu, ktorá mu umožní diagnostikovať organizačnú kultúru konkrétnej organizácie a nadobúda zručnosti, ktoré môže využiť v manažérskej praxi/praxi manažéra ľudských zdrojov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Teoretické východiská organizačných kultúr v kontexte manažmentu ľudských zdrojov (definície kultúry, podstata a formy kultúry, subkultúry a kontrakultúry, organizačná socializácia, zmena kultúry, diagnostika kultúry). 2. Európske špecifiká organizačných kultúr v kontexte manažmentu ľudských zdrojov (história vývoja vybraných štátov, kontrastívny prístup k národným kultúram vybraných štátov a	

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

Odporúčaná literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský a anglický jazyk

Poznámky:

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.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 466

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
22,75	0,0	31,97	23,61	11,37	7,51	2,58	0,21

Vyučujúci: doc. PhDr. Lukáš Copuš, 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/040M/21	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: 7	
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 % – 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. Učiaca 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. Vyjednávanie – fázy procesu a jeho prvky. Metódy a taktiky vyjednávania.

Odporúčaná literatúra:

- [1] Rudy, J. – Sulíková, R. – Lašáková, A. – Fratričová, J. – Mitková, L.: Organizačné správanie. Bratislava: UK, 2013.
- [2] Rudy, J. – Sulíková, R. – Lašáková, A. – Fratričová, J. – Mitková, L.: Manažment a organizačné správanie. Münster: MV Wissenschaft, 2013.
- [3] Rudy, J.: Management and Chaos Theory. Bratislava: Faber, 1997.
- [4] Robbins, S. P. – Judge, T.A.: Organizational Behavior. New Jersey: Prentice Hall, 2015.
- [5] Schermerhorn, J. R. – Hunt, J. G. – Osborn, R. N.: Organizational Behavior. John Wiley and Sons, 2008.
- [6] Lašáková, A. – Bajžíková, L. – Blahunková, I.: Values oriented leadership - conceptualization and preliminary results in Slovakia. In: Business: Theory and Practice. - roč. 20 (2019), s. 259-269.
- [7] Lašáková, A. – Remišová, A.: On organisational factors that elicit managerial unethical decision-making. In: Ekonomický časopis. - roč. 65, č. 4, (2017), s. 334-354.
- [8] Lašáková, A. – Remišová, A. – Kirchmayer, Z.: Are managers in Slovakia ethical leaders? Key findings on the level of ethical leadership in the Slovak business environment. In: Periodica Polytechnica Social and Management Sciences. - roč. 25, č. 2 (2017), s. 87-96.
- [9] Prípadové štúdie (výber), napr. Harvard Business Publishing, <https://hbsp.harvard.edu/cases/?ab=browse%7Ccases>
- [10] Webové sídlo Akademickéj knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.
- [11] 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, Moderní řízení

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

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

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 165

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
19,39	0,0	24,24	20,61	15,15	9,09	7,88	3,64

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

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.KMn/041M/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: 1.	
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 prípadových štúdií (30 bodov), prezentácie daných riešení, 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. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50 / 50	
Výsledky vzdelávania: Poslucháči sa oboznámia s podnikateľskou etikou ako akademickou disciplínou. Osvoja si teóriu podnikateľskej etiky a naučia sa ju aplikovať pomocou prípadových štúdií a riešenia eticko-ekonomických dilem. Získajú zručnosť kreovať komplexné programy a organizačné politiky týkajúce sa personálneho manažmentu a ako ich implementovať správnym spôsobom do praxe organizácie (napr. antidiskriminačný, etický, compliance program). Získajú znalosti o realizácii funkcií personálneho manažmentu v súlade s etikou. Rozvinú zručnosť etického rozhodovania a identifikácie (ne)vhodných kandidátov na manažérske pozície z hľadiska ich etického profilu. Celkovo, naučia sa identifikovať etické problémy v oblasti personálneho manažmentu a naučia sa tieto problémy riešiť na profesionálnej úrovni.	
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. Profesijná etika manažéra. Manažérska prisaha. 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. 2015. Súčasné trendy podnikateľskej etiky. Bratislava: Kluwer, 260 s.
- [2] Remišová, A. 2011. Etika a ekonomika. Bratislava: Kalligram. 496 s.
- [3] Remišová, A. – Lašáková, A. – Skalská, A. – Stankovičová, I. – Bajžíková, Ľ., - Stachová, P. – Skaloš, I. (2021). Rozvoj podnikateľskej etiky v slovenskom podnikateľskom prostredí. Bratislava: UK.
- [4] Crane, A. – Matten, D. (2010). Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization. Oxford: Oxford University Press.
- [5] Stanwick, P. – Stanwick, S. (2014). Understanding Business Ethics. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- [6] 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.
- [7] 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.
- [8] 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.
- [9] 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.
- [10] 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.
- [11] Webové sídlo Akademickkej knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.
- [12] Prípadové štúdie (výber), napr. Harvard Business Publishing, <https://hbsp.harvard.edu/cases/?ab=browse%7Ccases>
- [13] Ďalšie zdroje budú priebežne dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský, 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: 28

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
10,71	0,0	21,43	42,86	0,0	3,57	10,71	10,71

Vyučujúci: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 31.08.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM/011M/21	Názov predmetu: Prax
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prax Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 9t Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 15	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Odovzdanie potvrdenia o absolvovaní praxe a správy z praxe. Hodnotí sa aj skutočnosť, či prax študenta korešponduje so zvoleným blokom povinne voliteľných predmetov (špecializáciou) v rámci študijného programu, ako aj skutočnosť, či prax študenta korešponduje so spracovanou témou diplomovej práce. Prax je možné absolvovať kedykoľvek v priebehu prvého a druhého roka magisterského stupňa štúdia, najneskôr však do termínu, ktorý je stanovený harmonogramom štúdia. Na základe dosiahnutného hodnotenia za absolvovanú prax sa študentovi pridelia kredity. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu nadobudne študent skúsenosti z reálneho pracovného prostredia.	
Stručná osnova predmetu: Študent si organizáciu, v ktorej bude prax absolvovaná, vyberá samostatne, prípadne na základe odporúčania príslušného študijného poradcu alebo vedúceho katedry. Výber organizácie, ako aj vykonávaných pracovných činností má korešpondovať s vybraným blokom povinne voliteľných predmetov (špecializáciou) v rámci študijného programu manažment v študijnom odbore Ekonomia a manažment. Zároveň sa odporúča, aby (diplomová) prax korešpondovala s témou diplomovej práce konkrétneho študenta. Správa z praxe má obsahovať nasledovné povinné náležitosti: 1. miesto výkonu praxe (názov a adresa organizácie), 2. pracovné zaradenie študenta počas výkonu praxe, 3. charakteristika organizácie, 4. pracovná náplň a charakteristika vykonávaných činností, 5. závery z praxe: prínos práce študenta pre organizáciu, prínos praxe pre spracovanie diplomovej práce, prínos praxe pre zvýšenie odbornej kvalifikácie a zručností študenta.	
Odporúčaná literatúra:	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk	

Poznámky:

Hodnotenie za prax po jej ukončení udeľuje vedúci príslušnej katedry, na ktorej je študent prostredníctvom výberu blokov povinne voliteľných predmetov (špecializácie) zaradený.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 162

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
92,59	0,0	6,79	0,62	0,0	0,0	0,0	0,0

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

Typológia procesov a tvorba modelov procesov.

6. Procesné nástroje, podpora IT a softvérové riešenia.

Procesné nástroje, podpora IT v procesom manažmente, softvérové riešenia pre procesný manažment

7. Základné informácie a postupy práce s ARIS

Postupy a princípy práce s procesným nástrojom ARIS express.

8. Model procesu a procesné štandardy.

Štandardy modelovania procesov, vizualizácia procesov.

9. Ďalšie modely a využitie na príklade ARIS

Využitie modelu pre hierarchizáciu a typológiu procesov, zakreslenie organizačnej štruktúry a ďalšie možnosti.

10. Analýza a optimalizácia procesov

Analýza vybraného procesu, identifikovanie úzkych miest a tvorba návrhov riešení.

11. Zavádzanie procesného manažmentu a jeho bariéry

Kroky zavádzania procesného manažmentu. Bariéry procesného manažmentu a ich odstraňovanie, manažment zmeny.

12. Procesný manažment v praxi slovenských podnikov

Procesný manažment v podnikoch na Slovensku.

13. Zhrnutie a záver predmetu

Zhrnutie predmetu.

Odporúčaná literatúra:

[1] PAPULOVÁ, Z. – PAPULA, J. – GAŽOVÁ, A. 2022. Procesný manažment: Prístup, ktorý nabera na aktuálnosti. Praha : Wolters Kluwer, 2022.

[2] PAPULOVÁ, Z. – PAPULA, J. – OBORILOVÁ, A. 2014. Procesný manažment: ucelený pohľad na koncepciu procesného manažmentu. Bratislava : Kartprint, 2014.

[3] ARIS COMMUNITY: ARIS Express tutorials (video návody v AJ) Dostupné na: <<https://www.ariscommunity.com/aris-express/tutorials>>

[4] GAŽOVÁ, A. – PAPULOVÁ, Z. – PAPULA, J. The Application of Concepts and Methods Based on Process Approach to Increase Business Process Efficiency. In Procedia Economics and Finance. 2016, vol. 39.

[5] HAMMER, M. – CHAMPY, J. Reengineering - radikální proměna firmy: Manifest revoluce v podnikání. 3. vyd. Praha: Management Press, 2000.

[6] Databázy Akademickéj knižnice UK, Centra vedecko-technických informácií SR.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, alternativne anglický jazyk pre štúdium podpornej literatúry

Poznámky:

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 akejkolvek 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 akademicknej a 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: 653							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
33,54	0,0	25,11	18,99	10,72	7,5	3,98	0,15
Vyučujúci: doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 28.02.2022							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/279M/21	Názov predmetu: Riešenie reálnych business problémov - prípadové štúdie
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: Online prezentácia na vybranú tému. Študent odprezentuje svoju smeninárnu prácu vytvorenú v MS Power point alebo iný prezentačný nástroj - online cez MS Teams alebo inú dohodnutú platformu. (30% celkového hodnotenia) Priebežné hodnotenie na úlohách alebo za aktivitu na hodine (10% celkového hodnotenia) Študent vypracuje seminárnu prácu v MS Word na vybranú tému po dohode s vyučujúcim. (60% celkového hodnotenia) Termín skúšky bude stanovený počas online výučby po dohode so študentami. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je objasniť zložitost' a rozsah problémov pri riešení bussines s dôrazom na úlohu manažéra v procese budovania a prevádzkovania IKT. Po úspešnom absolvovaní budú študenti ovládať základy riešenia základných business problémov v oblasti IKT, bezpečnosti v organizáciách, uplatňovať princípy moderného riadenia infraštruktúry v organizácii v rôznych fázach životného cyklu IKT.	
Stručná osnova predmetu: Všeobecné základy riadenia IKT v podniku a vymedzenie pojmov. Základné technické prostriedky, životný cyklus IKT, kybernetická bezpečnosť, legislatíva, audit IS. Tematický plán: 1. Úvod do témy riešenia reálnych business problemov 2. Legislatívne úpravy oblasti kybernetická bezpečnosť 3. GDPR 4. Zákon o kybernetickej bezpečnosti 5. Životný cyklus IKT 6. ISO normy v organizácii 7. Správa infraštruktúry IKT 8. Audit IS 9. Prípadové štúdie 10. Prípadové štúdie	

Odporúčaná literatúra:

- [1] MARAKAS, George M.; O'BRIEN, James A. Introduction to information systems. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2013.
- [2] PORADA, V. a kol.: Bezpečnostní vědy. Aleš Čeněk, 2019, 784 p., ISBN 978-80-7380-758-0
- [3] KOLOUCH, J. - BAŠTA, P. a kol. Cybersecurity. CZ.NIC, 2019, 556 p., ISBN 978-80-88168-31-7
- [4] VALENTOVÁ - T., ŽUŠOVÁ, J. – ŠVEC, M.: Nové pravidlá ochrany osobných údajov. Wolters Kluwer, 2018, 168 p., ISBN 978-80-8168-792-1
- [5] ANDRAŠKO, J. – GÁBRIŠ, T. – HOCHMANN, J. – OLEJÁR, D.: Zákon o kybernetickej bezpečnosti, Komentár. Walters Kluwer, 2018, 544 p., ISBN 978-80-8168-905-5
- [6] STRNÁD, O.: Systém riadenia informačnej bezpečnosti. Dokumentácia a záznamy. AMOS, 2013, 263 p., ISBN 978-80-87691-03-8
- [7] SVATÁ, V.: Audit informačního systému – 2. vydání. PBtisk, 2012, 223 p., ISBN 978-80-7431-106-2
- [8] Webové sídlo Akademické knihovny UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.
- [9] Ďalšie zdroje budú priebežne dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

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

Celkový počet hodnotených študentov: 3

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

Vyučujúci: PhDr. Peter Veselý, PhD.**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.KMn/042M/21	Názov predmetu: Rozvoj manažérskych zručností
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (50%) / záverečné hodnotenie (50%) # 50% - priebežné hodnotenie počas semestra – riešenie zadaných úloh, 25% + seminárna práca na zadanú tému -25%. # 50% - záverečná skúška – empirická analýza zadanej problematiky na vybranom pracovisku Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent v rámci celého hodnotenia (priebežne a záverečná skúška). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50 / 50	
Výsledky vzdelávania: Predmet sa zameriava na rozvíjanie manažérskych schopností a zručností študentov v týchto kľúčových oblastiach – psychologické aspekty osobnosti, efektívne interpersonálne interakcie, skupinová dynamika, efektívna komunikácia, prezentačné zručnosti. Prostredníctvom rozširovania úrovne poznatkov, aktívneho sebapoznania a sebahodnotenia, analýzou prípadových štúdií, diskusiou, prostredníctvom rolových hier a praktických nácvikov, študenti získajú skúsenosti v oblasti efektívnej interakcie s inými. Získajú základné predpoklady pre efektívne vedenie skupiny/tímu/podriadených ako i predpoklady pre ich ovplyvňovanie, získajú základné komunikačné zručnosti.	
Stručná osnova predmetu: Stručná osnova predmetu: Predmet pozostáva z blokov zameraných na budovanie vybraných manažérskych zručností v oblasti vybraných aspektov osobnosti, efektívnej interpersonálnej interakcie, vybraných komunikačných zručností a skupinovej práce: 1. Úvodná hodina – organizácia a podmienky hodnotenia. Význam problematiky v praxi.	

2. Manažér/líder, manažérske zručnosti, požiadavky na súčasných manažérov z pohľadu kultúrnych a generačných špecifik.
3. Osobnosť jednotlivca, osobnostné charakteristiky a ich význam v interpersonálnych interakciách. Predpoklady efektívneho globálneho manažéra. Metódy poznania seba samého a iných ľudí. Aký je význam poznania podriadených a akú úlohu tu zohráva empatia a percepčné chyby? Prvý dojem - jeho význam a determinanty.
4. Percepcia v procese interpersonálnych interakcií, determinanty percepcie, individuálne diferencie + praktické cvičenia v oblasti poznávania iných a sebapoznania, percepčné chyby. EQ a CQ manažéra.
5. Efektívny komunikačný proces a jeho bariéry. Komunikácia v organizácii. Aktívne počúvanie + nácvik
6. Verbálna a neverbálna komunikácia v interpersonálnych interakciách, rozhovor – typy a vedenie, otázky, spätná väzba – využitie, zásady jej poskytovania + nácvik.
7. Asertívne/neasertívne správanie, komunikácia a asertivita, formy manipulácie + cvičenie - identifikácia asertívneho a neasertívneho jednanja.
8. Interkultúrna komunikácia a jej špecifiká.
9. Efektívna skupina/tím a jej determinanty, negatívne prejavy správania sa v skupine, roly jednotlivcov v skupinovej práci + cvičenia – práca v malej skupine – analýza skupinovej dynamiky, komunikácia v skupine, roly jednotlivcov.
10. Porada – príprava, proces, zásady jej efektívneho vedenia + analýza reálnej porady a možnosti jej zefektívnenia.
11. Prezentačné zručnosti- príprava témy a zdroje, štruktúra prezentácie, vizuálne pomôcky, poslucháči, miestnosť, neverbálny prejav prezentujúceho, prekonávanie problémov.
12. Vypracovanie a prezentovanie vlastnej prezentácie – analýza kladov a záporov prezentácie.
13. Vypracovanie a prezentovanie vlastnej prezentácie – analýza kladov a záporov prezentácie.
14. Zhodnotenie predmetu

Odporúčaná literatúra:

Odporúčaná literatúra:

- [1] SULÍKOVÁ, R. 2017. Psychológia pre manažérov. Kartprint, Bratislava.
- [2] RUDY, J. – SULÍKOVÁ, R. a kol. 2013. Organizačné správanie. UK Bratislava.
- [3] HERMOCHOVÁ, S. 2006. Teambuilding. Grada.
- [4] CAPPONI, V. – NOVAK, T. 2004. Asertivně do života. Grada, Praha.
- [5] THILL, J. V. – BOVEÉ, C. L. 2012. Business Communication Essentials. Pearson. New Jersey.
- [6] SULÍKOVÁ, R. 2001. Intercultural Communication. In : Global Business and Economic Development. Volume II: The East European Perspectives. Upper Montclair : Montclair State University, s. 311-315.
- [7] SULÍKOVÁ, R. 2003. New Managerial Competencies. In : Journal of Human Resource Management, č. 1-2, s. 69-76.
- [8] SULÍKOVÁ, R. 2003. New Managerial Competencies in the New Organizational Environment. In : Strategies for Sustainable Globalization: Business Responses to Regional Demands and Global Opportunities. Global Business and Economic Development. Upper Montclair : Montclair State University, 2003, volume 1, s. 813-817.
- [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/>.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

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.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 20

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
35,0	0,0	40,0	0,0	10,0	10,0	5,0	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 09.03.2022

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/087M/21	Názov predmetu: Sociálne siete a obsahový marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester v pomere 40/60 – (40% hodnotenia predstavuje vypracovanie parciálnych úloh počas výučbového procesu a 60% bude predstavovať vytvorenie konkrétneho návrhu/ projekt vytvorený na základe požiadaviek vybranej organizácie). Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Po úspešnom absolvovaní predmetu študent získa komplexné informácie týkajúce sa sociálnych médií a vytvárania či plánovania autentického obsahu. Na vysokej úrovni bude ovládať proces tvorby kampane a s vysokou mierou tvorivosti bude vedieť samostatne navrhovať marketingové riešenia pre široké spektrum organizácií.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do social media marketingu (SMM) a content marketingu. Ich úloha, ciele a stratégie. 2. Identifikácia cieľových skupín a pravidiel angažovanosti pre SMM. 3. Platformy sociálnych médií a sociálne siete. 4. Vytvorenie a zdieľanie obsahu: blogovanie, streamovanie videa, podcasty, webové semináre, príspevky na sociálne siete, whitepapers, sprievodcovia, blogy, prípadové štúdie, infografiky, hry a iné. 5. Budovanie značky na sociálnych médiách. 6. Copywriting. 7. Základy vizuálneho dizajnu. Video Marketing. Marketing sietí na zdieľanie fotoobsahu. Mobilný marketing a sociálne médiá. 8. Vírusový marketing. 9. Marketingový plán sociálnych médií a plánovanie obsahového marketingu.	

10. Nástroje manažmentu sociálnych médií.
11. Monitorovanie sociálnych médií a meranie výkonnosti social media marketingu. Analýza sentimentu.
12. Nové trendy – virtuálna realita, rozšírená realita, live streaming, influencer marketing.

Odporúčaná literatúra:

- [1] TUTEN, T. L. - SOLOMON, M. R. 2017. Social Media Marketing. 3rd edition. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2017, 448 p. ISBN 978-15-264-2387-0
- [2] DAHL, S. 2018. Social Media Marketing: Theories and Applications. 2nd edition. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2018, 296 p. ISBN 978-14-739-8234-5
- [3] SCOTT, D. M. 2017. The New Rules of Marketing & PR, 6th Edition: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, New Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly. 6th edition. Hoboken: John Wiley and Sons, 2017, 448 p. ISBN 978-11-193-6241-8
- [4] JUTKOWITZ, A. 2017. The Strategic Storyteller: Content Marketing in the Age of the Educated Consumer. 1st edition. Hoboken: John Wiley and Sons, 2017, 176 p. ISBN 978-11-193-4511-4
- [5] RISHI, B. – BANDYOPADHYAY, S. 2017. Contemporary Issues in Social Media Marketing: An International Perspective. 1st edition. Abingdon: Routledge, 2017, 384 p. ISBN 978-11-386-7918-4
- [6] CHAFFEY, D. - MILL, D. 2016. Content is King. 1st edition. Abingdon: Routledge, 2017, 228 p. ISBN 978-11-381-5058-4
- [7] HEINZE, A. – FLETCHER, G. – RASHID, T. – CRUZ, A. 2016. Digital and Social Media Marketing: A Results-Driven Approach. 1st edition. Abingdon: Routledge, 2016, 346 p. ISBN 978-11-389-1791-0
- [8] BARKER, M. – BARKER, D. – BORMANN, N. – NEHER, K. 2013. Social Media Marketing: A Strategic Approach. 1st edition. Boston: Erin Joyner, Cengage Learning, 2013, 380 p. ISBN 978-11-335-8927-8
- [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/>.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 39

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
79,49	0,0	7,69	7,69	0,0	2,56	0,0	2,56

Vyučujúci: Mgr. Lucia Kočíšová, Mgr. Vladimír Hrček, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 30.09.2021

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/316M/20	Názov predmetu: Stratégia organizácie v IKT
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - povinná účasť na seminároch, - vypracovanie záverečného projektu, - diskusia k záverečnému projektu, Váha priebežného / záverečného hodnotenia: - priebežná 50%, - záverečné 50%	
Výsledky vzdelávania: Naučiť študentov zosúladiť strategické ciele organizácie a informačné systémy na získanie konkurenčnej výhody: • Pochopiť základné problémy v oblasti manažmentu informačných systémov • Pochopiť princípy potrebné na prekonanie výziev, ktorým manažéri čelia vzhľadom k týmto dynamicky sa rozvíjajúcim technológiám. • Vedieť, ako používať tieto princípy. • Pochopiť strategické i operačné problémy vznikajúce v tomto prostredí. • Pochopiť, že súčasné stratégie aj operačné rozhodnutia nemusia byť správne v dynamickom prostredí budúcnosti.	
Stručná osnova predmetu: Tento predmet má za cieľ prezentovať princípy a pojmy spojené s manažmentom zdrojov organizačných informačných technológií. Zahŕňa CIO funkcie, plánovanie informačných systémov, IT Projektový manažment, právne a odborné problémy a strategický vplyv informačných systémov a informačných technológií. Vzhľadom k tomu že v súčasnom IT podnikaní hrajú strategickú úlohu služby, tak hlavným cieľom predmetu je poskytnúť študentom aktuálne kvalitatívne a kvantitatívne znalosti a zručnosti v odbore e-service manažmentu a príbuzných odboroch potrebné k modelovaniu kľúčových rozhodnutí a výkonnostné metriky spojené so službami, vrátane riadenia zdrojov, distribúciu tovarov a služieb zákazníkom, a analýzy a návrhu systémov služieb.	
Odporúčaná literatúra: Carol V. Brown, et.al.: Managing Information Technology, 7th edition, Pearson/Prentice Hall., New York 2011, ISBN-13: 978-0132146326	

21							
Kathy Schwalbe: Řízení projektů v IT, Computer Press, Brno 2007, ISBN 978-80-251-1526-8							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 100							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
83,0	0,0	4,0	3,0	2,0	0,0	5,0	3,0
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/103M/21	Názov predmetu: Strategické analýzy a strategický controlling
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (60 percent), skúška v skúškovom období (40 percent). 60% počas semestra je možné získať za vypracovanie zadanej semestrálnej práce a jej priebežného prezentovania. Skúška (40 %) v skúšobnom období je písomná. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 60% / 40%	
Výsledky vzdelávania: Predmet sa sústreďuje na: aplikovanie vhodných metód a techník analýzy a skúmanie prostredia odhaľovanie kritických faktorov z prostredia skúmanie kauzálnych súvislostí identifikovanie strategických priorít a pozícií vzťahy a možnosti výstavby systémov ukazovateľov a hodnotenia výkonnosti organizácie priame prepojenie controllingových a analytických nástrojov v prostredí strategického manažmentu Predmet rozširuje poznatky o analytických a analyticko-syntetických metódach a technikách strategického manažmentu a zručnosti získané s ich aplikáciou. Venuje sa súčasným trendom, metódam a postupom, ktoré podporujú účinnosť strategického manažmentu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu 2. Strategické analýzy a strategické myslenie 3. Strategické analýzy v procese strategického manažmentu 4. Učenie sa a premýšľanie 5. Strategické analýzy pri skúmaní makroprostredia 6. Strategické predvídanie a prognózovanie 7. Analýza a prognóza mikroprostredia 8. Strategické analýzy interného prostredia a vnútorného potenciálu 9. Analyticko-syntetické techniky 10. Portfóliové analýzy a určenie typu stratégie	

11. Strategický controlling.							
12. Záver a zhrnutie predmetu							
Odporúčaná literatúra: [1] PAPULOVÁ, Z. 2012. Strategické analýzy s podporou strategického myslenia. Aktuálny trend v strategickom manažmente. Bratislava : Kartprint 2012, 230 s. [2] PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. – PAPULA, J. 2014. Konkurenčné stratégie. Tradičné prístupy vs. nové pohľady a techniky. Bratislava : Wolters Kluwer, 2014, 175 s. [3] HITT, M. A. – IRELAND, R. D. – HOSKISSON, R. E. 2005. Strategic Management. Competitiveness and Globalization. Thompson : South-Western, 2005.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, alternatívne anglický jazyk, pre štúdium podpornej literatúry							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 9							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
77,78	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	22,22
Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Ing. Ján Papula, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 30.09.2021							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/027M/00	Názov predmetu: Strategické myslenie a stratégia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (50 percent), skúška v skúškovom období (50 percent). Priebežné hodnotenie počas semestra je možné získať: • 40 percent vypracovanie a prezentácia práce na zadanú tému, • 10 percent za kontrolné testy v rámci semestra. Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent.	
Výsledky vzdelávania: • Vnímať dôležitosť stratégie a aktuálnosť jej uplatňovania v manažmente. • Poznať pôsobenie stratégov v minulosti a ich odkaz pre súčasnosť. • Pochopiť podstatu strategického myslenia ako súčasti ľudského myslenia a odhaliť v čom spočíva tajomstvo strategického myslenia. • Vedieť, ako je možné zdokonaľovať strategické myslenie z pohľadu rôznych vedných disciplín. • Poznať základné neurologické aspekty ľudského myslenia, ovládať základy behaviorálnej psychológie a získať schopnosť realizovať objektívnejšie rozhodnutia. • Poznať základné manipulačné a dezinformačné techniky, kognitívne skreslenia, názorové tendencie, byť schopný pri riadení podniku dané javy rozpoznať a nepodliehať ich vplyvu. • Poukazovať na možnosti uplatnenia strategického manažmentu v procese strategického manažmentu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. 2. Stratégia ako kritický faktor úspešnosti. 3. Korene stratégie a stratégovia minulosti. 4. Stratégia a jej pokročilé aspekty a koncepty. 5. Ľudské myslenie ako proces, podstata ľudského myslenia.	

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

Odporúčaná literatúra:

- [1] PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. 2010. Strategické myslenie manažérov. Za tajomstvami strategického myslenia. Bratislava : Kartprint 2010.
- [2] PAPULA, J.- PAPULOVÁ, Z.,-PAPULA, J. 2019. Strategický manažment. Aktuálny koncept pre rýchlo sa približujúcu budúcnosť. Praha: Wolters Kluwer 2019
- [3] TOVSTIGA, G. 2010. Strategy in Practice: A Practitioner's Guide to Strategic Thinking. Chichester : John Wiley and Sons, 2010.
- [4] DIVANNA, J. – AUSTIN, F. 2004. Strategic Thinking in Tactical Times. New York : Palgrave Macmillan, 2004.
- [5] KAHNEMAN, D. 2011. Thinking, Fast and Slow. Farrar Straus and Giroux, 2011.
- [6] ARONSON E. 2004. The Social Animal. Worth Publishers, 2004.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, alternatívne anglický jazyk, pre štúdium podpornej literatúry

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 688

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
33,87	0,0	29,8	15,12	10,47	8,14	2,18	0,44

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

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/100M/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: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (60 %) a skúška v skúškovom období (40 %). Hodnotenie počas semestra (60%) je možné získať za vypracovanie a prezentovanie riešení zadaných prípadových štúdií, aktívnej účasti a vedenia diskusií na danú tému a kontrolné testovanie vedomostí počas semestra. Skúška v skúšobnom období (40%) je písomná, obsahuje nosné témy z prednášok a diskusií na seminároch, ako i praktické využitie analytických metód aplikovaných na prípadových štúdiách.	
Výsledky vzdelávania: Riešenie štúdií primárne slúži na získanie odborných teoretických znalostí súvisiacich so zameraním predmetu Strategický manažment, ako i konkrétnych zručností získaných praktickou aplikáciou a precvičením si analytického, kritického a strategického myslenia. Výsledkom absolvovania predmetu získa študent vedomosti z nasledovných oblastí: · Pochopenie podstaty stratégie a jej dôležitosti ako kritického faktora úspešnosti podniku. · Vnímanie dôležitosti uplatňovania strategického myslenia v manažmente a poznatky o možnostiach jeho zdokonaľovania. · Poznatky o súvislostiach vzniku a smeroch rozvoja teórie strategického manažmentu. Súčasné trendy v strategickom manažmente. · Rozlišovanie základných fáz procesu strategického manažmentu, ich zamerania, dôležitosti a vzájomnej previazanosti a podmienenosti. · Poznatky o analytických a analyticko-syntetických metódach a technikách strategického manažmentu a zručnosti získané s ich aplikáciou. · Dôležitosť a význam implementácie a kontroly v strategickom manažmente. Súčasné trendy, metódy a postupy, ktoré podporujú účinnosť strategického manažmentu v súčasnom neustále sa meniacom a ťažko predvídateľnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu 2. Stratégia ako kritický faktor úspešnosti organizácií. 3. Podpora a rozvíjanie strategického myslenia manažérov 4. Vývoj teórie stratégie, základné prístupy a smery rozvoja teórie.	

5. Strategický manažment ako proces
6. Skúmanie faktorov z makroprostredia ako východisko pre tvorbu stratégie.
7. Skúmanie subjektov mikroprostredia a ich pôsobenia.
8. Skúmanie interného prostredia a našej pozície v externom prostredí.
9. Analyticko-syntetické techniky a tvorba konkurenčnej stratégie SBU.
10. Generálna stratégia firmy a portfóliové analýzy.
11. Implementácia stratégie a strategická kontrola.
12. Zhrnutie a záver predmetu.

Odporúčaná literatúra:

- [1] PAPULA, J., PAPULOVÁ, Z., PAPULA, J. : Strategický manažment, aktuálny koncept pre rýchlo sa približujúcu budúcnosť. Praha: Wolters Kluwer 2019
- [2] HITT, M. A. – IRELAND, R. D. – HOSKISSON, R. E. 2005. Strategic Management. Competitiveness and Globalization. Thompson : South-Western, 2005.
- [3] PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. 2015. Stratégia a strategický manažment ako nástroje, ktoré umožňujú súperenie i spolužitie Dávida s Goliášom. Tretie, upravené vydanie. Bratislava : Wolters Kluwer 2015, 277 s.
- [4] PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. – PAPULA, J. 2014. Konkurenčné stratégie. Tradičné prístupy vs. nové pohľady a techniky. Bratislava : Wolters Kluwer, 2014, 175 s.
- [5] PAPULOVÁ, Z. 2012. Strategické analýzy s podporou strategického myslenia. Aktuálny trend v strategickom manažmente. Bratislava : Kartprint 2012, 230 s.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, alternatívne anglický jazyk, pre štúdium podpornej literatúry

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 190

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
17,37	0,0	25,79	23,16	14,74	13,16	0,0	5,79

Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD.

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.KMk/077M/16	Názov predmetu: Strategický marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
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, nevyhovelo 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 celkovo 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 Dostuoné 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: 288 <table> <tr> <th>A</th><th>ABS</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th><th>M</th></tr> <tr> <td>33,68</td><td>0,0</td><td>20,83</td><td>20,83</td><td>13,89</td><td>6,6</td><td>3,13</td><td>1,04</td></tr> </table>								A	ABS	B	C	D	E	FX	M	33,68	0,0	20,83	20,83	13,89	6,6	3,13	1,04
A	ABS	B	C	D	E	FX	M																
33,68	0,0	20,83	20,83	13,89	6,6	3,13	1,04																
Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.																							
Dátum poslednej zmeny: 25.01.2022																							
Schválil:																							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/063M/16	Názov predmetu: Stratégie a financovanie New Ventures
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Finančný manažment, Účtovníctvo	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (85 percent), skúška v skúškovom období (15 percent). Priebežné hodnotenie: 3 priebežné testy: $3 \times 5 = 15\%$; práca na projekte prezentovaná v troch častiach: $3 \times 20 = 60\%$; finálna prezentácia: 10 bodov. Finálny test na skúške: 15 bodov. Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent.	
Výsledky vzdelávania: Oboznámenie sa s podstatou a špecifikami budovania start-upov s potenciálom vysokého rastu – tzv. new ventures v rôznych fázach ich životného cyklu. Pochopenie životného cyklu new ventures s dôrazom na možnosti financovania a vzájomné súvislosti. Nadobudnutie praktických zručností s aplikáciou vybraných metód strategického plánovania a financovania new ventures využitím viacerých „nástrojov“, obsahujúcich tréňované metódy a modely a to prácou na zadaniach konkrétnych start-upov. Ide o veľmi praktické nástroje, ktoré majú široké použitie ako pri riadení konkrétnych new ventures, tak aj v analytických útvaroch finančných inštitúcií a audítorských firiem. Riešenie praktických zadaní start-upov viažúcich sa k študovanej problematike.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. Makroekonomické perspektívy rozvoja new ventures, typy new ventures. 2. Základné fázy budovania new ventures podľa MIT modelu: 2.1. Klient, segmentácia, profil konečného užívateľa, podrobná charakteristika konkrétného klienta vo vybranom strategickom trhu.	

- 2.2. New venture a jeho vývoj v súlade s poznaním požiadaviek klienta, životného cyklu ponúkaného produktu/ služby, konkurencia a konkurenčná výhoda.
- 2.3. Proces získania produktu/predajný proces.
- 2.4. Ako zarobiť peniaze v rámci new venture: dizajn biznis modelu, cenotvorba, kalkulácia hodnoty získaného klienta počas doby životnosti, kalkulácia nákladov na získanie klienta a výpočet veľkosti potenciálneho trhu.
- 2.5. Konkrétny postup pri návrhu a budovaní produktu, škálovanie produktu.
3. Financovanie new ventures: finančné nástroje podľa jednotlivých fáz budovania new ventures.
 - 3.1. Bootstrap financovanie, Venture capital, Mezanin kapitál.
 - 3.2. Crowdfunding.
4. Finančné plánovanie new venture:
 - 4.1. Metódy plánovania výnosov, nákladov.
 - 4.2. Východiskový rozpočet new venture. Pro forma súvaha, pro forma výsledovka, pro forma CF.
 - 4.3. Integrované finančné plánovanie.

Odporúčaná literatúra:

- [1] AULET, B. Disciplined Entrepreneurship. Wiley, 2013. ISBN 978-1118692288.
- [2] AULET, B. Disciplined Entrepreneurship. WORKBOOK. Wiley, 2017. ISBN 978-1119365792.
- [3] SMITH, J. K., SMITH, R. L., BLISS, R. T. Entrepreneurial Finance. Strategy, Valuation & Deal Structure. Stanford Economics and Finance, 2011. ISBN 978-0-8047-7091-0.
- [4] VINTURELLA, J. B., ERICKSON, S. M. Raising Entrepreneurial Capital. Elsevier, 2003. ISBN 978-0127223513.
- [5] WICKHAM, P. A. Strategic Entrepreneurship. 4th Edition. Pearson Education 2006. ISBN 978-0-273-70642-7.
- [6] HOLIENKA, M., PILKOVÁ, A., MUNK, M. Business restart in Visegrad countries. EBER, Vol. 2, 2014. ISSN 2353-883X.
- [7] PILKOVÁ, A., HOLIENKA, M. Entrepreneurship development in Slovakia. In: Entrepreneurship in transition Economies: Diversity, trends, and perspectives. Cham: Springer International Publishing, 2017. s. 225-241. ISBN 978-3-319-57341-0.
- [8] PILKOVÁ, A., HOLIENKA, M., KOVAČIČOVÁ, Z., REHÁK, J., MIKUŠ, J. Podnikanie na Slovensku: aktivita, prostredie a vybrané druhy podnikania: GEM Slovensko 2018. 1. vyd. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, 2019.
- [9] Výstupy z riešenia medzinárodného projektu SUPER (Pilková, zodpovedný spoluriešiteľ, Holienka, spoluriešiteľ).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

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 akejkolvek 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: 149							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
29,53	0,0	34,9	20,81	6,04	3,36	3,36	2,01
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Mgr. Natália Vančíšinová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 22.02.2022							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/099M/12	Názov predmetu: Súčasný trendy v praxi manažmentu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 100% Spracovanie semestrálnej práce - prípadovej štúdie Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Poskytnúť študentom 4. a 5. ročníka FMUK možnosť nadobudnúť poznatky z oblasti súčasných trendov v praxi manažmentu na príklade spoločnosti Slovnaft, a.s.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. Podnikanie v rafinérskom odvetví – špecifiká a trendy. 2. Slovnaft a jeho odpoveď na odvetvové a globálne výzvy 3. Rafinéria I – Výzvy manažmentu vo výrobnej spoločnosti 4. Rafinéria II – Riadenie výrobných procesov 5. Logistika Moderné manažovanie BOZP 6. Finančné riadenie spoločnosti I 7. Finančné riadenie spoločnosti II 8. Obchod 9. Maloobchod – Riadenie maloobchodu v čase krízy 10. Základné pravidlá hospodárskej súťaže 11. Čo je jednoduchšie, hovoriť ku zamestnancom alebo novinárom? O podobách a rozdieloch v internej a externej komunikácii v strategicky významnom podniku. 12. Riadenie ľudských zdrojov I – Personalistika vs Riadenie LZ 13. Riadenie ľudských zdrojov II – Talent Manažment	
Odporúčaná literatúra: Firemné materiály spoločnosti Slovnaft a.s.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský a anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 534							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
85,58	0,0	6,93	2,25	1,69	0,75	2,43	0,37
Vyučujúci: prof. Ing. Ján Rudy, PhD., doc. Mgr. Jana Fratričová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 29.11.2017							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2021/2022	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KKM/022M/21	Názov predmetu: Trhy s fixným výnosom
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: Aktívna účasť na prednáškach: 10%. Riešenie príkladov: 20%. Priebežný test: 20%. Záverečný test: 50%. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Predmet vychádza z curricula Program CFA® level 2 CFA Institute. Učebné osnovy Programu CFA® sú pravidelne aktualizované, aby odrážali moderné finančné postupy a sú vypracované prostredníctvom Poradného výboru pre vzdelávanie CFA Institute, ktorý zahŕňa odborníkov z praxe, regulátorov trhu a akademickej obce. Zapojenie lídrov finančného myslenia pomáha zaisťovať, aby boli poskytované zručnosti, ktoré sú požadované odvetvím investičného manažmentu. Tento prístup, známy ako proces analýzy programovej praxe, hrá kľúčovú úlohu pri vytváraní programu CFA ako globálneho zlatého štandardu v investičnom odvetví. Po absolvovaní predmetu študenti získajú znalosti, ktoré môžu v budúcnosti využiť aj pri absolvovaní skúšky Program CFA® level 2, v prípade záujmu získať titul Chartered Financial Analyst®. Certifikát CFA je najrešpektovanejším a najuznávanejším označením vo svete investičného manažmentu. Inštitút CFA je najväčšia svetová asociácia investičných profesionálov s viac ako 164 000 členmi; Stavia na viac ako 50 rokoch osvedčeného vedenia; Ponúka členom prístup k najnovšiemu finančnému výskumu, Držitelia CFA® Charter sú považovaní za najlepších v odvetví správy investícií - zamestnancov, ktorí sú vysoko kvalifikovaní a ktorých zaväzujú najvyššie etické štandardy. Predmet umožňuje študentom rozvíjať znalosti a zručnosti v oblasti oceňovania, investícií a obchodovania s obligáciami, vrátane: • porozumenia signálom z existujúceho tvaru výnosovej krivky • využívania bezarbitrážneho prístupu k oceňovaniu obligácií • porozumenia dôsledkom rozdielného vplyvu volatility úrokových sadzieb na obligácie bez a s vloženými opciami • využitia základných princípov kreditnej analýzy • metód použitia derivátov kreditného rizika	

Uvedené znalosti je možné využiť v podnikoch, bankách, poisťovniach, investičných spoločnostiach a iných subjektoch pôsobiach na finančných trhoch, napríklad na pozíciách finančných riaditeľov, obchodníkov, portfólio manažérov, vedúcich treasury, manažérov rizík.

Stručná osnova predmetu:

Týždeň 1-2. TERMÍNOVÁ ŠTRUKTÚRA ÚROKOVÝCH SADZIEB

Vzťahy medzi spotovými a forwardovými sadzbami, výnosom do splatnosti, očakávanými a realizovanými výnosmi z dlhopisov a tvarom výnosovej krivky. Modely forwardových cien a forwardových sadzieb. Výpočet sadzieb s nulovým kupónom. Stratégia cvalu na výnosovej krivke. Swapová výnosová krivka. Swapové rozpätie. Z-spread. Spready TED a Libor-OIS. Tradičné a moderné teórie o termínovej štruktúre úrokových sadzieb. Faktory úrokového rizika, ich meranie a využitie pri riadení rizík. Štruktúra splatnosti volatility výnosov a ich vplyv na volatilitu cien.

Týždeň 2-4 BEZARBITRÁŽNY KONCEPT OCEŇOVANIA

Bez arbitrážne ocenenie dlhopisov. Binomiálny strom úrokových sadzieb. Princíp backward induction pri oceňovaní. Porovnanie výpočtu ceny pomocou výnosovej krivky s nulovým kupónom s cenami pomocou binomiálnej mriežky. Kalibrácia binomiálneho stromu úrokových sadzieb. Simulácia forwardových sadzieb pomocou Monte Carlo.

Týždeň 5-7. OCEŇOVANIE OBLIGÁCIÍ S VLOŽENÝMI OPCIAM

Cenné papiere s pevným výnosom s vloženými opciami. Vzťahy medzi hodnotami dlhopisu s opciou, podkladovým dlhopisom bez opcie a vloženou opciou; Vplyv úrokovej volatility na ceny obligácií s vloženými opciami. Vplyv zmeny formy výnosovej krivky na ceny dlhopisov s vnorenými opciami. Výpočet ceny dlhopisu s vnorenou opciou pomocou úrokového stromu. Spready upravené o opciu. Efektívna dĺžka a konvexnosť obligácie s vnorenou opciou. Výpočet hodnoty obligácie s variabilným kupónom a vnoreným cap a floor. Konvertibilné obligácie.

Týždeň 8. PRIEBEŽNÝ TEST

Týždeň 9-11. MODEL KREDITNEJ ANALÝZY

Pravdepodobnosť zlyhania, strata vzhľadom na zlyhanie, očakávaná strata a súčasná hodnota očakávanej straty. Scoring kreditného rizika a úverové ratingy. Silné a slabé stránky úverových ratingov. Štrukturálne modely podnikového úverového rizika. Termínová štruktúra úverových spreadov. Súčasná hodnota očakávanej straty dlhopisu v danom časovom horizonte.

Týždeň 12-13. SWAPY KREDITNÉHO RIZIKA

Swapy na úverové zlyhanie (CDS), jednomenné a indexové CDS a parametre, ktoré ich definujú. Základné princípy a faktory, ktoré ovplyvňujú trhovú oceňovanie CDS. Spôsoby využitia CDS.

Odporúčaná literatúra:

2022 CFA Program Curriculum Level 2 Box Set. Wiley.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 6

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

Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, PhD., CFA, MBA, doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Maroš Bobulský, 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.KKM/018M/21	Názov predmetu: Umelá inteligencia a strojové učenie v manažmente, marketingu a financiách
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: V priebehu semestra budú dve 75 minútové písomné previerky. Záverečná písomná previerka na skúške trvá 80 minút. Podiel jednotlivých písomiiek na celkovom hodnotení: • 1. písomka: 15 %, • 2. písomka: 15 %, písomka na skúške: 70 % z celkového hodnotenia. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 30/70	
Výsledky vzdelávania: Predmet poskytuje študentom možnosť rozvíjať svoje rozhodovacie zručnosti na základe použitia metód umelej inteligencie a strojového učenia, vrátane: • rozvoja pochopenia základov umelej inteligencie a strojového učenia, • schopnosti klasifikovať dáta pomocou metód strojového učenia, • schopnosti predikovať pomocou metód strojového učenia, • schopnosti používať metódy strojového učenia na rozhodovacie problémy v praxi, • schopnosti používať R alebo Python softvér pri tvorbe a odhade modelov strojového učenia, • schopnosti posudzovať a riešiť rozhodovacie úlohy z manažmentu, marketingu a financií používaním metód strojového učenia, a následne ich výsledky prezentovať a interpretovať, • zdôvodňovania výsledkov modelov strojového učenia pomocou ekonomických zákonitostí a vzťahov čo im pomôže pre ďalšie štúdium manažmentu (napríklad: ekonomika, finančné riadenie, marketingového riadenia, strategického riadenia, atď.) ako i v ich následnej manažérskej praxi	
Stručná osnova predmetu: 1. Základy strojového učenia a umelej inteligencie 2. Klasifikácia dát s učiteľom : Bayesov klasifikátor, pokročilé algoritmy rozhodovacích stromov, metóda najbližšieho suseda (kNN) 3. Klasifikácia dát s využitím algoritmov učenia sa bez učiteľa alebo kombinovaných: k-means, k-medoids, k-medians, asociačná analýza s apriori algoritmom 4. Vytváranie príznakových funkcií na základe domenových znalostí o dátach (Feature engineering)	

5. Neurónové siete
6. Algoritmy využívajúce sa v hodnotiacich systémoch (ranking system)
7. Algoritmy využívajúce sa v odporúčacích systémoch (recommndation system)
8. Vybrané praktické prípadové štúdie použitia metód strojového učenia pre oblasti manažmentu, marketingu a strojového učenia

Odporúčaná literatúra:

1. Harrington, P.: Machine Learning in Action. Manning Publications, 2012, ISBN: 1617290181
2. Joshi, A.V.: Machine Learning and Artificial Intelligence. Springer Nature Switzerland AG 2020, ISBN 978-3-030-26621-9

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

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

Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., 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.KKM/017M/21	Názov predmetu: Viacrozmerné metódy analýzy dát
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra budú študenti riešiť 2 zadania, každé za 25 bodov. Pre záverečné hodnotenie študenti vypracujú projekt (50 bodov), ktorý odprezentujú. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Predmet poskytuje študentom možnosť rozvíjať svoje zručnosti vo využívaní viacrozmerných metód v manažérskej praxi.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do problematiky. 2. Práca s viacrozmernými dátami 3. Metóda hlavných komponentov. 4. Faktorová analýza. 5. Zhluková analýza. 6. Viacrozmerná regresia. 7. Diskriminačná analýza. 8. Viacrozmerná analýza rozptylu. 9. Multidimenzionálny scaling a korešpondenčná analýza	
Odporúčaná literatúra: [1] Zeltermán, D.: Applied Multivariate Statistics with R. Springer., 2015 [2] Hair J. F. jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E.: Multivariate Data Analysis. Pearson Publishing. 2006 [3] Everitt, B., Hothorn, T.: An Introduction to Applied Multivariate Analysis with R. Springer, 2011	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 4							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
75,0	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., RNDr. Ing. Matúš Tibenský, PhD., Mgr. Peter Pšenák, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Dominika Ballová							
Dátum poslednej zmeny: 08.04.2022							
Schválil:							