

Informačné listy predmetov

OBSAH

1. 090M/21	Aplikovaný marketing.....	3
2. 283M/21	Audítorstvo.....	8
3. 014M/21	BI nástroje pre spracovanie dát.....	10
4. 277M/21	Business Intelligence.....	12
5. 278M/22	CFA výskumná výzva.....	15
6. 002B/22	Coaching - Prezentačné zručnosti.....	17
7. 315M/16	Dáta, znalosti, rozhodovanie.....	20
8. 085M/21	Digitálny marketing.....	22
9. 012M/21	Diplomový projekt.....	24
10. 100M/21	Diplomový seminár I.....	27
11. 101M/21	Diplomový seminár II.....	31
12. 010M/00	E-biznis a e-marketing.....	35
13. 045M/21	Efektívne systémy odmeňovania.....	37
14. 015M/21	Ekonometria.....	40
15. 278AM/22	Európska integrácia.....	42
16. 024M/21	Finančné deriváty.....	45
17. 280M/21	Finančné trhy a inštitúcie.....	47
18. 281M/21	Finančné účtovníctvo a dane.....	49
19. 275M/21	Finančný manažment.....	51
20. 016M/21	Hĺbková analýza dát.....	53
21. 046M/16	Hodnotový manažment a podnikateľské riziká MSP.....	55
22. 101M/21	Intelektuálny kapitál a inovácie.....	58
23. 102M/21	Intrapreneurship.....	60
24. 020M/22	Investovanie na akciových trhoch.....	63
25. 091M/21	Komunikácia v manažmente a v marketingu.....	65
26. 010M/21	Manažérska štatistika.....	69
27. 009M/00	Manažérske rozhodovanie.....	71
28. 282M/21	Manažérske účtovníctvo.....	74
29. 275M/21	Manažment informačných systémov.....	76
30. 019M/22	Manažment portfólií.....	78
31. 276M/21	Manažment projektov.....	81
32. 084M/21	Marketing manažment.....	84
33. 089M/21	Marketingová analytika a vizualizácia dát.....	87
34. 028M/00	Marketingový výskum.....	89
35. 088M/21	Marketing vo vyhľadávacích nástrojoch.....	92
36. 077M/10	Medzinárodné financie.....	94
37. 022M/00	Medzinárodný manažment ľudských zdrojov.....	96
38. 030M/00	Medzinárodný marketing.....	99
39. 279M/21	Modelovanie ekonomických procesov.....	102
40. 05M/21	Obhajoba diplomovej práce (štátnicový predmet).....	104
41. 086M/21	Online marketingové nástroje a aplikácie.....	106
42. 038M/00	Organizačné kultúry (európske špecifiká).....	109
43. 040M/21	Organizačné správanie.....	112
44. 041M/21	Podnikateľská etika.....	115
45. 146M/22	Právny compliance.....	118
46. 011M/21	Prax.....	127
47. 023M/00	Procesný manažment.....	129

48. 279M/21	Riešenie reálnych business problémov - prípadové štúdie.....	132
49. 042M/21	Rozvoj manažérskych zručností.....	134
50. 087M/21	Sociálne siete a obsahový marketing.....	137
51. 2-MMN-136/12	Spracovanie dát pre manažment a marketing (data mining I).....	139
52. 2-MMN-236/12	Spracovanie dát pre manažment a marketing (data mining II).....	141
53. 316M/20	Stratégia organizácie v IKT.....	143
54. 103M/21	Strategické analýzy a strategický controlling.....	146
55. 027M/00	Strategické myslenie a stratégia.....	148
56. 100M/21	Strategický manažment.....	150
57. 077M/16	Strategický marketing.....	152
58. 063M/16	Stratégie a financovanie New Ventures.....	156
59. 099M/12	Súčasný trendy v praxi manažmentu.....	159
60. 022M/21	Trhy s fixným výnosom.....	161
61. 018M/21	Umelá inteligencia a strojové učenie v manažmente, marketingu a financiách.....	163
62. 017M/21	Viacrozmerné metódy analýzy dát.....	165
63. 072M/00	Viacrozmerné metódy v manažmente (SAS).....	167

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 1. 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%, 2. 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 elektronicou poštou na príslušnú vyučujúcu / vyučujúceho. 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. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 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 získajú študenti rozšírené vedomosti ohľadom odvetví obsiahnutých v sylabe, ako aj vysoký stupeň vedomostí, 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 využívať 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 kritérií hodnotenia daného predmetu. Študenti sa naučia stanovovať vedecké alebo praktické predpoklady na jednotlivé	

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

Stručná osnova predmetu:

1. 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.

2. Marketing v cestovnom ruchu

Ekonomický význam odvetvia v rámci slovenského národného hospodárstva. Špecifiká marketingu v službách cestovného ruchu. Charakter balíka služieb cestovného ruchu, tvorba produktu cestovného ruchu. Formy a druhy cestovného ruchu. Klient v cestovnom ruchu. Marketingová komunikácia podniku cestovného ruchu. Ďalšie členenie cestovného ruchu podľa rôznych kritérií. Príklady, otázky a doplňujúce zadania na prehĺbenie témy: Rola Slovakia Travel a SARIO - štátna podpora cestovného ruchu na Slovensku. Marketing v cestovnom ruchu aj v kontexte horských oblastí Slovenska a zahraničia.

3. Marketing v cestovnom ruchu

Marketingový komunikačný mix podniku cestovného ruchu. Cestovné kancelárie a sprostredkovatelia služieb. Podnikanie v cestovnom ruchu. Štatistické údaje prenocovaní na Slovensku, rozdelenie podľa štátu a národností, aktuálne údaje. Potreba budovania značky Slovensko.

Príklady, otázky a doplňujúce zadania na prehĺbenie témy: Aktuálna situácia na Slovensku, špecifiká cestovného ruchu na Slovensku. Cestovný ruch a COVID. Udržateľný cestovný ruch a životné prostredie.

4. 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.

5. 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 Rajecké Teplice, Trenčianske Teplice a Turčianske Teplice.

6. Marketing v obchode

Definovanie maloobchodu a veľkoobchodu, nákupný proces obchodu, zákaznícke 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. Aktuálne témy, napríklad diverzita a inklúzia.

7. 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. Merchandising v nadväznosti na koncept udržateľnosti.

8. 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.

9. 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.

10. 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.

11. 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.

12. Marketing územia: krajina, mesto, obec

Využitie marketingu v stratégii rozvoja územnej jednotky môžu priniesť veľa príležitostí pre aktérov územia. Klasifikácia územných jednotiek podľa NUTS a ďalších vybraných kritérií: veľkosť, štruktúra ekonomiky, prírodné podmienky ap. Aplikácia marketingu má aj edukačný prínos pre aktérov územia. Špecifiká aplikácie marketingu územia. Marketing územia aplikovaný na cieľové skupiny: podnikatelia, obyvatelia, turisti a investori. Rozšírený marketingový mix marketingu územia. Význam partnerstiev v marketingu územia.

13. Marketing územia: krajina, mesto, obec

Aplikácia marketingu územných jednotiek na úrovni štátu, mesta a obce: špecifiká implementácie marketingu. Príklady aplikácie marketingu územných jednotiek na Slovensku a v zahraničí. Príklady tvorby partnerstiev marketingu mesta, resp. obce. Marketing krajiny, miest a obcí v zmysle smart prístupu (koncept, aplikácia).

Odporúčaná literatúra:

[1] JAKUBÍKOVÁ, D. (2009). Marketing v cestovnom ruchu. Praha : Grada Publishing. ISBN 978-80-89090-25-4.

[2] KIRÁĽOVÁ, A. (2006). Marketing hotelových služieb. 2. vyd. Praha : Ekopres. ISBN 80-86929-05-1.

[3] LIM, W. M. – YAP, S. F. – MAKAR, M. (2021). Home sharing in marketing and tourism at a tipping point: What do we know, how do we know, and where should we be heading?. Journal of business research.

[4] LABANAUSKAITĖ, D. – FIORE, M. – STAŠYS, R. (2020). Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry. Tourism Management Perspectives.

[5] RATHER, R. A. (2020). Customer experience and engagement in tourism destinations: The experiential marketing perspective. Journal of Travel & Tourism Marketing.

[6] KARIM, R. et al. (2020) The impact of 4ps marketing mix in tourism development in the mountain areas: A case study. International Journal of Economics & Business Administration.

[7] BIGNÉ, E. – ZANFARDINI, M. – ANDREU, L. (2021). How online reviews of destination responsibility influence tourists' evaluations: An exploratory study of mountain tourism. Journal of Sustainable Tourism.

[8] DOROKHOV, O. – KULTAN, J. – MUKHAMMEDOV, A. – DOROKHOVA, L. – MALYI, V. (2020). Comparative overview of natural and cultural components of the marketing

- environment for tourism in Kazakhstan and Slovakia. The Journal of VN Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism, (12).
- [9] RUST, R. T. (2020). The future of marketing. International Journal of Research in Marketing.
- [10] JONSEN, K. et al. (2021). Diversity and inclusion branding: a five-country comparison of corporate websites. The International Journal of Human Resource Management.
- [11] ROGGEVEEN, A. L. et al. (2021). Forging meaningful consumer-brand relationships through creative merchandise offerings and innovative merchandising strategies. Journal of Retailing.
- [12] MARECKI, L. J. (2023). Green Marketing: Sustainability Is Already a Reality in Marketing. Handbook of Research on Achieving Sustainable Development Goals With Sustainable Marketing.
- [13] CLARK, J. (2020). Fashion merchandising: principles and practice. Bloomsbury Publishing.
- [14] BUREŠOVÁ, J. (2022). Online marketing: Od webových stránek k sociálním sítím. Praha : Grada Publishing.
- [15] BLÁŠKOVÁ, B. (2020). Analýza imidžu vybraného územia. Teória a prax verejnej správy.
- [16] LISKOVÁ, L. – ROJÍKOVÁ, D. Digitálna komunikácia slovenských miest.
- [17] MATEJČÍKOVÁ, J. – ROJÍKOVÁ, D. Úloha potenciálu mesta pri budovaní značky mesta.
- [18] NEZAMOVA, O. – OLENTSOVA, J. (2020). The role of marketing in increasing competitiveness of the region. Proceedings of the 2nd International Scientific Conference on Innovations in Digital Economy.
- [19] CUNHA, C. R. – LOPES, L. – MENDONÇA, V. (2022). Immersive digital marketing for smart cities focusing tourism. Marketing and Smart Technologies: Proceedings of ICMarTech 2021, Singapore : Springer Nature Singapore.
- [20] SIGALAT-SIGNES, E. et al. (2020). Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing?. Journal of Innovation & Knowledge.
- [21] VANGELOV, N. (2022). Digital marketing and outdoor advertising in smart cities. Orase Inteligente si dezvoltare regionale.
- [22] KITA, J. (2017). Nákup a predaj. Bratislava : Wolters Kluwer. ISBN 9788081685521.
- [23] KITA, P. – FOLVARČÍKOVÁ, L. (2011). Obchodná prevádzka. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm. ISBN 978-80-225-3368-3.
- [24] KONŠTIK, P. (2014). Základné aspekty merchandisingu. Vybrané kapitoly z obchodnej prevádzky. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM. ISBN 978-80-225-3943-2
- [25] STRÁŽOVSKÁ, H. – STRÁŽOVSKÁ, Ľ. – BAŽÓ, L. (2013). Podnikanie malých a stredných podnikov. Bratislava : Sprint. ISBN 978-80-893-9388-6
- [26] STRÁŽOVSKÁ, Ľ. (2018). Marketing malého, stredného a rodinného podnikania. Bratislava : Sprint2. ISBN 978-80-89710-43-0.
- [27] STRÁŽOVSKÁ, H. a kol. (2014). Náuka o obchodnom podnikaní. Bratislava : Sprint. ISBN 978-80-89393-98-5.
- [28] ČASLAVOVÁ, E. (2009). Management a marketing sportu. Olympia. ISBN 978-80-737-6150-9.
- [29] KOTLER, P. – HAIDER, D. – REIN, I. Marketing places. Free Press, 2002. 400 s. ISBN 978-074-323636-2.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
Slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 30							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
66,67	0,0	26,67	6,67	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., Mgr. Vladimír Hrček, PhD., Mgr. František Olšavský, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 27.09.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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. Vnútrotný 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, Vnútrotna kontrola							
Odporúčaná literatúra: 1. Základy auditu, BUZGOVA, L. HRIVNAK, P. KASZASOVA K., SAXUNOVA, D. SVITEKOVA, A., 2023, Vydavateľstvo UK 2. LOWERS, RAMSAY, STRAWSER, THIBODEAU - Auditing and Assurance Services , Mc Graw -Hill, International Edition-2013 a neskoršie vydania 3. ISA, international auditing standards, Dostupné na www.udva.sk 4. 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: 23							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
52,17	0,0	26,09	8,7	0,0	0,0	8,7	4,35
Vyučujúci: prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., Mgr. Alexandra Sviteková							
Dátum poslednej zmeny: 10.10.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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 písomiek 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: 25							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
68,0	0,0	24,0	0,0	0,0	0,0	8,0	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., David Balla, doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 09.10.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 93

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
76,34	0,0	15,05	2,15	0,0	0,0	0,0	6,45

Vyučujúci: RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 28.10.2021
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KKM/278M/22	Názov predmetu: CFA výskumná výzva
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: Aktívna účasť na príprave súťažného reportu a pri obhajobe v rámci finále súťaže CFA Research Challenge Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100% záverečné	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študenti získajú praktické poznatky z prípravy investičného odporúčania do akcií vybraného podniku. Študentky/ti tak majú príležitosť oboznámiť sa s modernými technikami analýzy podnikov, ktoré používajú odborníci z praxe (analytici, portfólio manažéri, risk manažéri, úveroví pracovníci, finanční manažéri). Okrem toho sa študentky/ti majú možnosť zdokonaľiť v anglickom jazyku (report a obhajoba v angl.j.), nadobudnúť kontakty z finančného sektora a taktiež možnosť upozorniť na vlastné úspechy dosiahnuté v štúdiu a získať výhodu pri nástupe do zamestnania vo finančnom alebo podnikovom sektore. Študenti/ky nadobudnú skúsenosť intenzívnej spolupráce v tíme a pravidelných konzultácií s mentorom z praxe a fakultným poradcom. Cieľom predmetu je aktívne úspešné zapojenie sa do prestížnej súťaže CFA Research Challenge, ktorú každoročne celosvetovo organizuje CFA Institute. Pod vedením mentora z praxe a fakultného poradcu študenti/ky v priebehu semestra spolupracujú v tíme na príprave reportu, ktorého výstupom je investičné odporúčanie. Investičné odporúčanie následne obhajujú pred komisiou pozostávajúcou z investičných profesionálov z praxe (napr. predseda Slovenskej asociácie správcovských spoločností). V prípade úspechu postupujú do regionálneho a následne celosvetového kola.	
Stručná osnova predmetu: 1. Základné informácie o súťaži CFA Research Challenge 2. Ad hoc konzultácie	
Odporúčaná literatúra: CFA level 1 and level 2 curriculum	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	

Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 11							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
72,73	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	27,27	0,0
Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, PhD., CFA, MBA							
Dátum poslednej zmeny: 19.05.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/002B/22	Názov predmetu: Coaching - Prezentačné zručnosti
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta - doplňujúce informácie Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2h./týždeň, cvičenie Počet kreditov: 3 Odporúčaný semester štúdia: bez určenia Stupeň štúdia: bakalársky/magisterský	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): nie je	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktívna účasť na všetkých hodinách, naplnenie tak čiastkových úloh (30% max.) podľa zadania ako i odprezentovanie vybranej odbornej problematiky (max. 70%). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 30/70	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Študent získava základné teoretické a praktické poznatky potrebné pre efektívne prezentačné zručnosti. Po absolvovaní predmetu študent bude vedieť efektívne prezentovať tak seba samého ako i odbornú problematiku, bude vedieť efektívnejšie viesť rozhovory na rôznych úrovniach, získa reálnejší obraz o sebe a svojich komunikačných schopnostiach. Uvedené zručnosti sú potrebné tak pre efektívne vedenie podriadených ako i tímov, umožňujú efektívnejšie interpersonálne interakcie. Študent získa informácie o úrovni svojich komunikačných a prezentačných zručností. Cestou aktívneho prístupu - nácvikom a SV zdokonalí svoje komunikačné a prezentačné zručnosti. Uvedomí si svoje slabé stránky a možnosti ako ich odstrániť a upevní si svoje silné stránky v danej oblasti.	
Stručná osnova predmetu: Stručná osnova predmetu: Oblasť teórie: • Typy a štruktúra prezentácie • Príprava prezentácie	

- Využívanie vizuálnych pomôcok
- Osobitosti prejavu - verbálne a neverbálne aspekty

Praktická oblasť:

- Nácvik efektívnej prezentácie
- Odprezentovanie vlastného odborného príspevku

Predmet vyžaduje 100 % prítomnosť študentov a aktívnu participáciu.

Odporúčaná literatúra:

Odporúčaná literatúra:

[1] THILL, J. V. – BOVEÉ, C. L. Business Communication Essentials. New Jersey: Pearson, 2012.

[2] GALLO, C. - Tajemství skvělých prezentací Steva Jobse, Grada, 2012.

[3] HIERHOLD, E. - Rétorika a prezentace, Grada, 2008.

[4] PLAMÍNEK, J. - Komunikace a prezentace, Grada, 2012.

[5] WHETTEN, D. A. – CAMERON, K. S. 2011. Developing Management Skills. Pearson, 2011.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

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.

UPOZORNENIE

Z dôvodu ochrany autorských práv (Zákon č. 185/2015 Z.z.) je počas všetkých vyučovacích hodín zakázané zhotovovať audio-vizuálne záznamy bez predchádzajúceho písomného súhlasu vyučujúceho.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 25

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
60,0	0,0	24,0	0,0	0,0	0,0	16,0	0,0

Vyučujúci: doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 08.03.2023
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 74

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
60,81	0,0	14,86	12,16	6,76	1,35	1,35	2,7

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

Dátum poslednej zmeny: 05.10.2019

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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). • Semestrálny projekt – aplikácia získaných teoretických znalostí na vybranú organizáciu – 40 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 dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 134

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
45,52	0,0	37,31	5,97	2,99	0,0	3,73	4,48

Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 28.09.2023

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 494

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
63,16	0,0	16,19	5,06	3,04	2,83	9,72	0,0

Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, 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., prof. 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., Mgr. PhDr. Lívia Bott Domonkos, PhD., Mgr. Vladimír Hrček, PhD., doc. Ing. Andrej Miklošik, PhD., Mgr. František Olšavský, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., PhDr. 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 Kulhánek, 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., Ing. Robert Furda, PhD., doc. PhDr. Daniela Majerčáková, PhD., MBA, doc. Mgr. Petra Milošovičová, PhD., Ing. Ľubomír Šidelský, PhD., PhDr. Ondrej Čupka, PhD., doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD., Ing. Miloslav Chalupka, PhD., RNDr. Eva Kostrecová, PhD., Mgr. Lenka Procházková, PhD., RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD., Mgr. Martin Krajčík, PhD., Mgr. Alexandra Mittelman, PhD., MBA, doc. JUDr. PhDr. Silvia Treľová, PhD., PharmDr. Katarína Uchal', PhD., Mgr. Tadeáš Chujac, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD., doc. JUDr. PhDr. Tomáš Peráček, PhD., JUDr. Filip Petrínek, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD., prof. Mgr. Dagmar Cagánová, PhD., Mgr. Nataliia Parkhomenko, PhD., Ing. Natália Hornáková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 08.09.2021

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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. Prezентovanie 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: 481

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
57,59	0,0	12,47	6,44	2,7	7,48	11,64	1,66

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., prof. 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., Mgr. PhDr. Livia Bott Domonkos, 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., 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 Kulháněk, PhD., Mgr. Alexandra Mittelman, PhD., MBA, Ing. Martina Chrančoková, PhD., doc. Mgr. Peter Madzík, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 08.09.2021

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 593

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
58,35	0,0	15,18	8,77	4,38	5,56	7,59	0,17

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., prof. 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., Mgr. PhDr. Lívia Bott Domonkos, PhD., Mgr. Eva Brestovanská, PhD., PhDr. Matúš Baráth, PhD., Ing. Martina Chrančoková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 08.09.2021
--

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: Účasť na seminári je povinná, aktívna účasť sa zarátava do priebežného hodnotenia. Súčasťou hodnotenia je odovzdanie semestrálneho projektu, ktorý je súhrnom samostatnej práce s využitím nadobudnutých vedomostí s E-biznis a e-marketingu. 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
 Kenneth Laudon, Carol Guercio Traver: E-Commerce 2013 Business, Technology, Society(9th Edition) , Prentice Hall; 9 edition, 2013, ISBN-10: 0273-77935-4
 Fellenstein, C., Wood, R.: Exploring E-commerce, Global E-business, and Esocieties, Prentice Hall PTR, 2000
 Turban E., Leidner D., McLean E., Wetherbe J., Information Technology for Management: Transforming Organizations in the Digital Economy, 5th Edition, Wiley, New York 2006. ISBN: 978-0-471-70522-2
 Knight P., Vysoce efektivní marketingový plán, Grada, Praha 2007, ISBN 97880-247-1999-3

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
 slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 618

A	ABS	B	C	D	E	FX
68,77	0,0	14,4	6,8	3,72	1,29	5,02

Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 08.10.2023

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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	
Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta - doplňujúce informácie povinne voliteľný predmet (blok Manažment ľudských zdrojov) prednáška, seminár, konzultácia, prednáška – prezenčne seminár – prezenčná metóda konzultácia – prezenčne, online forma (podľa rozvrhu.) 6 ECTS kreditov	
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). Počas semestra riešenie prípadovej štúdie FastCat : 1. FastCat Stratégia (team)•10% . • 2. FastCat prípadová štúdia(Vnútna rovnováha a štruktúra pracovných pozícií) (team) – fáza 1. •15% 3. FastCat prípadová štúdia (Vonkajšia konkurencieschopnosť: konkurencieschopný relevantný mzdový trh a štruktúra odmeňovania) (team) – fáza 2. 15%• 4. FastCat prípadová štúdia (Výkon a manažment: vklad zamestnancova zvyšovanie platov/ administratíva) (team) – fáza 3. • 15% 5. Hodnotenie tímovej spolupráce 10% 6. Individuálne aktivity a účasť na riešení úloh na seminároch 5%. 30 % – 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: 70/30	
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 prostredníctvom celosemestrálnej prípadovej štúdie FastCat. 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. Študenti získajú vedomosti a zručnosti o tvorbe strategického systému odmeňovania, pochopia princípy stanovenia jednotlivých foriem odmeňovania pre rôzne kategórie zamestnancov, porovnávať úroveň miezd s konkurenciou. Získajú spôsobilosti vzájomnej komunikácie, argumentácie a schopnosť kriticky vyhodnocovať kvantitatívne a kvalitatívne informácie pri riešení prípadových štúdií.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do predmetu. Podstata systému odmeňovania, prvky mzdového modelu
2. Stratégia odmeňovania, jej prepojenie s podnikateľskou stratégiou a personálnou stratégiou
3. Vnútna rovnováha mzdového systému v organizácii, postupy a hodnotenie pracovných pozícií
4. Vonkajšia konkurencieschopnosť a stanovenie mzdových úrovní
5. Formy odmeňovania
6. Individuálne a skupinové odmeňovanie
7. Vzťah odmeňovania a motivácie
8. Zamestnanecké výhody a ich význam pri tvorbe celkového odmeňovania
9. Vklad zamestnancov v tvorbe systému odmeňovania.
10. Medzinárodné odmeňovanie.
11. Manažment systému odmeňovania (vplyv vlády a legislatívy na tvorbu odmeňovania)

Odporúčaná literatúra:

- [1] BAJZÍKOVÁ, Ľ., BAJZÍK, P., VOJTEKOVÁ, M. 2022. Odmeňovanie. Bratislava : Ofprint, s.r.o., 2022.
- [2] BAJZÍKOVÁ, Ľ. 2004. Systémy odmeňovania. Ofprint, s.r.o., 2004
- [3] MILKOVICH, G. – GERHARD, B. 2022. Cases in Compensation. .
- [4] NEWMAN, J.M., GERHART, B., MILKOVICH, G.T. 2017. Compensation. McGraw-HILL. 12th Edition.
- [5] MILKOVICH, G.T., GERHARD, B., NEWMAN, J. 2016. Compensation. McGraw HILL, 10th Edition.
- [6] 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.
- [7] <https://alis.uniba.sk:8443/lib/item?id=chamo:694002&fromLocationLink=false&theme=Katalog>
- [8] Journal of Human Resource Management, www.jhrm.eu
- [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:

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. Samoštúdium je podporené e-learningovou formou.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 42

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
57,14	0,0	23,81	9,52	0,0	0,0	4,76	4,76

Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 25.09.2023

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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 písomiiek 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: 30							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
26,67	0,0	46,67	13,33	6,67	0,0	6,67	0,0
Vyučujúci: Mgr. Martin Pažický, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 09.10.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMM/278AM/22	Názov predmetu: Európska integrácia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Francúzsky jazyk úroveň B1	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktívna účasť, prezentácia, záverečná skúška Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40%/60% Poids de l'évaluation intermédiaire/finale : 40/60	
Výsledky vzdelávania: Znalosť hlavných etáp a procesov európskej integrácie Connaissance des principales étapes et des processus de l'intégration européenne	
Stručná osnova predmetu: časť 1 Európska únia: prečo? časť 2 História európskej stavby „Od európskych spoločenstiev 6 po Európsku úniu 27“ Prezentácia: Integrácia Slovenska do EÚ časť 3 Právna povaha EÚ Prípady Costa / ENEL časť 4 Inštitúcie Európskej únie Prezentácia: Komisia a zahraničná politika EÚ časť 5 Inštitúcie Európskej únie: Európska rada a Rada EÚ Prezentácia: Sú Európska rada a Rada najmocnejšími inštitúciami v EÚ? časť 6 Inštitúcie Európskej únie: parlament Prezentácia: Vyvíjajúca sa úloha Európskeho parlamentu od jeho vzniku. časť 7	

Právne pramene práva EÚ Prezentácia: miesto európskeho práva v hierarchii francúzskych a slovenských noriem časť 8 Rada Európy Prezentácia: Viacúrovňové riadenie, subsidiarita a Európa regiónov časť 9 Ochrana základných práv v rámci EÚ Prezentácia: Charta základných práv EÚ a Európsky dohovor o ľudských právach. časť 10 Hospodárska a menová únia a euro Prezentácia: Úloha Európskej centrálnej banky a centrálnych bánk v eurozóne časť 11 Rozpočet EÚ Prezentácia: Regionálna politika a štrukturálne fondy časť 12 Výzvy európskej výstavby
Odporúčaná literatúra: [1] Badie, B. (1999). Un monde sans souveraineté. Les Etats entre ruse et responsabilité. In: Politique étrangère, n°2 - 1999 - 64#année. pp. 410-411. [2] Bafoil, F. (2006). Europe centrale et orientale. Mondialisation européanisation et changement social. Paris, Presses de Sciences Po. [3] Bodin, J. (1576) « La république » [4] Chevallier, J. (2008). L'Etat post-moderne, Collection droit et société, 3ème Edition, Paris, LGDJ. [5] Delmas-Marty, M. (2007). Les forces imaginantes du droit, vol. III. La refondation des pouvoirs, Etudes juridiques comparatives et internationalisation du droit. Editions du Seuil, janvier 2007. [6] Fareed, Z. (1998). De la démocratie illibérale, Le Débat, vol. 99, no. 2, 1998, pp. 17-26. [7] Herrera, C. M. (2005). Un juriste aux prises du social. Sur le projet de Georges Scelle, Revue Française d'Histoire des Idées Politiques, p. 113-137. Disponible sur: https://www.cairn-int.info/revue-francaise-d-histoire-des-idees-politiques1-2005-1-page-113.htm. [8] Scelle, G. (1932). Précis de Droit des Gens. Principes et Systématique. Première Partie. Introduction, Le Millieu Inter social. Paris, Recueil Sirey.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Francúzsky
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: 9

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
33,33	0,0	33,33	0,0	0,0	0,0	11,11	22,22

Vyučujúci: doc. PhDr. Marian Šuplata, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 05.10.2022

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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 seminároch: 20%. # Priebežný test: 30%. Test prebehne on-line. 20 otázok, 60 minút. # Záverečný test: 50%. On-line test. 20 otázok, 60 minút. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Predmet vychádza z curricula Program CFA® level 2 CFA Institute. 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 Študenti môžu využiť získané znalosti na pozíciách finančných riaditeľov, obchodníkov, portfólio manažérov, vedúcich treasury, manažérov rizík v podnikoch, bankách, investičných a penzijných fondoch, poisťovniach a hedgových fondoch. Predmet je v súlade s curriculum programu Portfolio management CFA Institute, level 2 a vybraných tém pre level 3. Cieľom predmetu je pripraviť študenta na plynulé premostenie do praxe investičného manažmentu na globálnom pracovnom trhu a prípadnú úspešnú účasť na skúškach CFA level 2.	
Stručná osnova predmetu: 1. Finančné deriváty – nástroje a trhy 2. Základy oceňovania finančných derivátov 3. Cena a hodnota forwardových záväzkov 4. Stratégie s použitím forwardov, futures a swapov 5. Oceňovanie podmienených pohľadávok 6. Stratégie s využitím opcí 7. Finančné deriváty - aktuálne témy	

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: Priebežný a záverečný test prebehnú podľa rozhodnutia učiteľa on-line, alebo prezenčne. V súlade s ustanoveniami Vnútorného predpisu č. 23/2021 Smernica rektora Univerzity Komenského v Bratislave Vnútorný systém zabezpečovania kvality vysokoškolského vzdelávania UK, (Ôsma časť Etický kódex a pravidlá tvorivej činnosti UK) Čl. 71 každý študent počas štúdia svoje študijné výsledky dosahuje vždy len poctivým spôsobom; nepodvádza a nepoužíva nečestné postupy počas akejkoľvek formy overovania jeho študijných poznatkov a vedomostí. Prípady porušenia Etického kódexu UK môžu byť posúdené ako porušenie povinností vyplývajúcich z právnych predpisov, (...). S takýmto posúdením môže byť spojené uplatnenie príslušných právnych dôsledkov v akademickej, (...) disciplinárnej rovine. V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 13/2018 schváleného Akademickým senátom Univerzity Komenského v Bratislave Disciplinárny poriadok Univerzity Komenského v Bratislave pre študentov, disciplinárnym priestupkom študenta je akákoľvek forma odpisovania alebo nedovolenej spolupráce alebo napovedania v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu, alebo používanie technických zariadení alebo akýchkoľvek nosičov informácií iným ako dovoľeným spôsobom v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu. Za spáchaný disciplinárny priestupok možno uložiť študentovi niektoré z disciplinárnych opatrení: pokarhanie, podmienené vylúčenie zo štúdia alebo vylúčenie zo štúdia.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 9							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
55,56	0,0	33,33	0,0	0,0	0,0	0,0	11,11
Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, PhD., CFA, MBA, doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 09.10.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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), poisťný trh, peňažný a kapitálový trh. Študent získa znalosti a zručnosti z oblasti analýzy akciových trhov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Finančný systém, finančné trhy a finanční sprostredkovatelia. 2. Peňažný trh a jeho nástroje. 3. Devízový trh a jeho fungovanie. FOREX. 4. Komoditný trh. 5. Kapitálový trh - Trh dlhopisov a akciový trh. 6. Analýza akciového trhu a jej metódy. 7. Odvetvová a mikroekonomická analýza. 8. Technická analýza, Psychologická analýza a špekulatívne bubliny. 9. Kolektívne investovanie. 10. Hedge fondy. 11. Realitné fondy. 12. Suverénne fondy.	

Odporúčaná literatúra:

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. Hrvol'ová, 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: 43

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
55,81	0,0	13,95	16,28	4,65	2,33	4,65	2,33

Vyučujúci: Mgr. Katarína Rentková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 16.09.2021

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 73							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
21,92	0,0	19,18	23,29	13,7	8,22	9,59	4,11
Vyučujúci: doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., Mgr. Bojan Jorgič							
Dátum poslednej zmeny: 10.10.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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/študentky počas semestra, aktívne sledovanie vývoja, zmien a udalostí na vybraných finančných trhoch - spracovanie prezentácie v tíme - téma z oblasti možností investovania, finančných trhov alebo podnikových financií (10%) - vypracovanie domácej úlohy zadanej počas semestra (10%) - priebežné hodnotenia a aktivita počas semestra (30%) - záverečná skúška (50%) (písomný test (20%), ústna skúška (30%)). Podmienkou pre úspešné absolvovanie predmetu je získanie minimálne 60% z celkového hodnotenia. Podmienkou na absolvovanie seminárov je získanie minimálne 30b z hodnotenia seminárov. Podmienkou pre úspešné absolvovanie skúšky je získanie minimálne 30b, pričom je potrebné získať minimálne 10b z písomnej časti skúšky a minimálne 15b z ústnej časti skúšky. 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/manažérky pri rozhodovaní o tvorbe optimálnej kapitálovej štruktúry podniku a dividendovej politiky, ako aj 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/manažérky v podniku, finančná analýza. 2. Analýza peňažných tokov projektu. 3. Finančné investície podniku a hodnotenie investičných projektov. 4. Riziko projektu. 5. Teórie kapitálových štruktúr. 6. Dividenda a 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: 604

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
27,32	0,0	28,31	18,54	7,62	7,28	6,46	4,47

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

Dátum poslednej zmeny: 19.09.2023

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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 mať prípadovú dátovú štúdiu na jeden vybraný model za 40 bodov, ktorú spracovanú pošlú do 17.5.2024. Výber dát a problému prípadovej štúdie si študenti dohodnú s vyučujúcim do 26.3.2024. Ako skúšku budú študenti prezentovať projekt za 60 bodov, kde komplexne preľukážu svoje znalosti z predmetu. Tému projektu a použité modely si študenti dohodnú s vyučujúcim do 16.5.2024. Vypracovaný projekt študenti pošlú do 15.6.2024. Pokyny k štruktúre vypracovania projektu a prípadovej štúdie pošle vyučujúci do 26.3. 2024. Celkové hodnotenie je súčtom bodov získaných počas semestra a skúšky. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
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., Golemund, 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: 11

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: 15.02.2024

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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 (50 percent), skúška v skúškovom období (50 percent). Priebežné hodnotenie • 40 percent – midterm kontrola. • 10 percent – aktivity na seminároch. Skúška • 40 percent – druhá etapa projektu. • 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, aktivity na seminároch 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. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
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] HENSCHEL, 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: 161							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
10,56	0,0	21,74	32,92	16,77	10,56	3,73	3,73
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Juraj Mikuš, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 18.09.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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) prezentácie na cvičeniach 20%, (2) písomný test 10%, (3) spracovaný finálny výkaz intelektuálneho kapitálu 20%, (4) záverečná prezentácia výkazu IK 10%, (5) skúška v skúškovom období 40%. Celkové hodnotenie sa riadi platným hodnotiacim systémom FM UK: A = 91-100%; B = 81-90%; C = 73-80%; D = 66-72%; E = 65-60%; F = 0-59% bodov.	
Výsledky vzdelávania: 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., OLEKSIAK, 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., BEŽÁKOVÁ, 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:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 142

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
42,25	0,0	33,1	15,49	1,41	0,0	3,52	4,23

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

Dátum poslednej zmeny: 20.09.2023

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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% (output 1 - 5%, output 2 – 10%), 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 Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 70/30	
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: 96							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
20,83	0,0	46,88	17,71	6,25	2,08	2,08	4,17
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., Mgr. Juraj Mikuš, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 18.09.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KKM/020M/22	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: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach: 20%. Projekt (investovanie/obchodovanie na demo účte a prezentácia výsledkov): 20%. Priebežný test: 20%. Záverečný test: 40%. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 60/40	
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 Študenti môžu využiť znalosti na pozíciách finančných riaditeľov, obchodníkov, portfólio manažérov, vedúcich treasury, manažérov rizík v podnikoch, bankách, investičných a penzijných fondoch, poisťovniach a hedgových fondoch.	
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 POMOCOU 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:

Priebežný a záverečný test prebehnú podľa rozhodnutia učiteľa on-line, alebo prezenčne. V súlade s ustanoveniami Vnútorného predpisu č. 23/2021 Smernica rektora Univerzity Komenského v Bratislave Vnútorný systém zabezpečovania kvality vysokoškolského vzdelávania UK, (Ôsma časť Etický kódex a pravidlá tvorivej činnosti UK) Čl. 71 každý študent počas štúdia svoje študijné výsledky dosahuje vždy len poctivým spôsobom; nepodvádza a nepoužíva nečestné postupy počas akejkoľvek formy overovania jeho študijných poznatkov a vedomostí. Prípady porušenia Etického kódexu UK môžu byť posúdené ako porušenie povinností vyplývajúcich z právnych predpisov, (...). S takýmto posúdením môže byť spojené uplatnenie príslušných právnych dôsledkov v akademickej, (...) disciplinárnej rovine.

V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 13/2018 schváleného Akademickým senátom Univerzity Komenského v Bratislave Disciplinárny poriadok Univerzity Komenského v Bratislave pre študentov,

disciplinárnym priestupkom študenta je akákoľvek forma odpisovania alebo nedovolenej spolupráce alebo napovedania v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu, alebo používanie technických zariadení alebo akýchkoľvek nosičov informácií iným ako dovoľeným spôsobom v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu. Za spáchaný disciplinárny priestupok možno uložiť študentovi niektoré z disciplinárnych opatrení: pokarhanie, podmienené vylúčenie zo štúdia alebo vylúčenie zo štúdia.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 11

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
9,09	0,0	63,64	9,09	18,18	0,0	0,0	0,0

Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, PhD., CFA, MBA, doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 09.10.2023

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 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. Efektívnosť 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 manažerskej 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 hovorca. 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 manažerských 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 manažerskej 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, vertikálna, horizontálna a diagonálna komunikácia. Písomná komunikácia, piktogramy a obrazové sprostredkovanie informácií. Technika rozvoja verbálnej komunikácie. Typy neverbálnej komunikácie a ich účinnosť: mimika, gestikulácia, haptika, posturika, kinezika, proxemika, kolorika, oflaktorika, paraligvistika. Neverbálna komunikácia v rôznych kultúrach.

8. Počúvanie a porozumenie v manažerskej 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 manažerskej komunikácii v procese riadenia ľudí.

9. Asertivita a empatia v manažerskej 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 manažerskej a marketingovej komunikácii

Komunikačné modely, kódy a vzorce v interkultúrnej manažerskej komunikácii. Modifikačné prvky a prekážky v komunikácii. Komunikačné šumy a prekážky. Zásady efektívnej interkultúrnej manažerskej 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. Formy vstupu na zahraničný trh. Domáce marketingové prostredie a medzinárodný marketing.

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] OLIVEIRA, E. (2019). The Instigatory Theory of NGO Communication. Organisations kommunikation. doi:10.1007/978-3-658-26858-9
- [2] LUKÁČ, M. – FÍBOVÁ, M. (2015). Communication audit of internal communication in public administration. Slovak Journal of Public Policy and Public Administration, 2(2). Retrieved from <https://sjpppa.fsvucm.sk/index.php/journal/article/view/49>
- [3] FRANKOVSKÝ, M. – PAROVÁ, V. – ANTOLÍKOVÁ, S. – MODRANSKÝ, R. (2014). Arguability as a significant feature of managerial communication. Journal of management and business : research and practice, 6(1). ISSN 1338-0494
- [4] HROMKOVÁ, M. – J. KEKETIOVÁ – T. EIDENMÜLLER (2017). Marketing strategies in NGO's in Slovakia. (2017). Zeitschrift für interdisziplinäre ökonomische Forschung. ISSN 2196-4688.
- [5] SZARKOVÁ, M. (2018). Komunikácia v manažmente. Praha : Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7598-184-4.
- [6] BORG, J. (2007). Umění přesvědčivé komunikace. Praha : Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1971-9.
- [7] KHELLEROVÁ, V. (2003). Komunikační a obchodní dovednosti manažera. Praha : Grada Publishing. ISBN 80-7169-375-8.
- [8] MIKULAŠTÍK, M. (2009). Komunikační dovednosti v praxi. Praha : Grada Publishing ISBN 80-247-0650-4.
- [9] SZARKOVÁ, M. (2008). Komunikačné nástroje v systéme riadenia podniku. Bratislava : Ekonóm. ISBN 978-80-225-2270-0.
- [10] VOŘÍŠEK, K. – VYSEKALOVÁ, J. (2015). Jak být přesvědčivý a neztratit se v davu. Praha : Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5385-0.
- [11] SMOLKOVÁ, E. (2016). Strategické partnerství v manažmente, podnikání a marketingu. Bratislava : Univerzita Komenského. ISBN 978-80-223-4186-8.
- [12] KREMEŇOVÁ, I. – FABUŠ, J. – MAJCHRÁKOVÁ, J. (2020). Analýza nástrojov manažérskej komunikácie vo vybraných podnikoch poskytujúcich elektronické služby.
- [13] BARLAŠOVÁ, T. Formy vnútropodnikovej komunikácie v podniku. Manažment v teórii a praxi.
- [14] COFFELT, T. A. – GRAUMAN, D. – SMITH, F. LM. (2019). Employers' perspectives on workplace communication skills: The meaning of communication skills. Business and Professional Communication Quarterly.
- [15] STACHO, Z. et al. (2019). Effective communication in organisations increases their competitiveness. Polish Journal of Management Studies.
- [16] JONSDOTTIR, I. J. – FRIDRIKSDOTTIR, K. (2020). Active listening: Is it the forgotten dimension in managerial communication?. International Journal of Listening.
- [17] O'ROURKE, J. S. (2019). Management communication: A case analysis approach. Routledge.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky: Študenti budú pracovať vo väčších tímoch tak, aby bolo možné modelovať rôzne situácie.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 31							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
58,06	0,0	32,26	0,0	3,23	0,0	0,0	6,45
Vyučujúci: prof. Mgr. Dagmar Cagánová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 27.09.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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 kľzavých priemerov, exponenciálne vyrovnávanie	
Odporúčaná literatúra: 1. Anděl, J.: Štatistické metódy. MatfyzPress, Praha, 1998 2. Cipra, T. : Analýza časových řad s aplikacemi v ekonómii. 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.stattutorials.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: Kód predmetu v MS Teams je 65q8kk0. Študenti zadajú tento kód pre sprístupnenie on-line materiálov predmetu.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 613							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
42,58	0,0	39,64	8,81	1,96	0,33	3,1	3,59
Vyučujúci: Mgr. Peter Pšenák, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 09.10.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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. Manažérske 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. Manažérske rozhodovanie : texty k e-learningu. 1. vyd. Bratislava : Kartprint, 2007. 216 s. ISBN 978-80-88870-68-5.

FOTR, Jiří a kol. Manažérské 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: 3314							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
22,21	0,0	28,76	22,66	13,34	9,47	3,11	0,45
Vyučujúci: Mgr. Peter Gál, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.02.2022							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: priebežné kvízy + midterm záverečná písomná skúška Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Študenti po úspešnom absolvovaní predmetu získajú znalosti a nadobudnú základné zručnosti , pomocou ktorých budú schopní: 1. využívať informácie z finančného účtovníctva pre budúce procesy riadenia nákladov, zostavovania kalkulácií a tvorbu rozpočtov; 2.rozumieť vzťahu medzi nákladmi v spoločnosti a zdrojmi nákladov, odhadnúť nákladové funkcie použitím matematických metód pre potrebu plánovania nákladov v podniku. 3. využívať znalosti o nákladoch v podniku, pri vyčíslovaní a interpretácii bodu zvratu, pásma bezpečnosti atď. pri rozhodovaní, pre uplatňovanie výhodnejších variantov objemu výroby a predaja výkonov s cieľom optimalizácie sortimentu výroby, 3. budú mať znalosti o kalkuláciách a ich druhoch a budú schopní zostaviť kalkuláciu nákladov a vybrať vhodný druh kalkulácie pre jednotlivé výkony s cieľom tvorby cien pre jednotlivé výkony, 4. sledovať efektívnosť a hospodárnosť nákladov, a ich návratnosť, 5. využívať a chápať ako poznanie relevantných výnosov a relevantných nákladov, oportunitných nákladov pomáha správne sa rozhodovať napr. Kúpiť či vyrobiť, prijať či odmietnuť špeciálnu objednávku a pod. 6. Zostaviť hlavný a flexibilný t.j. variantný rozpočet, 7. Analyzovať dosiahnuté výsledky pomocou odchýliek 1.,2., a 3. úrovne. , či pomocou KPI. žérskému 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] Papíková, L. Úvod do manažérskeho účtovníctva, 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: 36							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
27,78	0,0	19,44	8,33	8,33	30,56	0,0	5,56
Vyučujúci: Mgr. Lenka Papíková, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 10.02.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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 efektivite 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.

GINZBURG, Alexander; GALINA, Kashevarova. Building Life-cycle Management. Information Systems and Technologies.

GUPTA, Itisha; NAGPAL, Garima. Artificial Intelligence and Expert Systems. Mercury Learning and Information, 2020.

Prof. S.L. Arora. Information Systems and E-Business, 2022

Christine Urquhart; Faten Hamad; Dina Tbaishat; Alison Yeoman, Information Systems: Process and Practice, 2018

Jane P. Laudon, Kenneth C. Laudon, Management Information Systems Managing the digital Firm, 2015

David Kim, Michael G. Solomon, Fundamentals of Information Systems Security + Cloud Labs 4th Edition, 2021

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 373

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
28,15	0,0	36,19	15,28	6,97	6,7	1,34	5,36

Vyučujúci: doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., Mgr. Július Selecký, PhD., Mgr. Juraj Klimo

Dátum poslednej zmeny: 10.03.2023

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KKM/019M/22	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: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktívna účasť na konzultáciách a cvičeniach: 20% Priebežný test: 20%. Záverečný test: 60%. 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. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Predmet vychádza z curricula Program CFA® level 2 CFA Institute. 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. Tieto 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: HISTÓRIA TEÓRIE RIADENIA PORTFÓLIÍ, VÝNOS A RIZIKO, EXCHANGE TRADED FUNDS, POUŽÍVANIE MULTIFAKTOROVÝCH MODELOV, MERANIE A RIADENIE TRHOVÉHO RIZIKA, VÝVOJ HOSPODÁRSTVA A INVESTIČNÉ TRHY, ANALÝZA AKTÍVNEHO PORTFOLIO MANAŽMENTU, ELEKTRONICKÉ TRHY A NÁKLADY OBCHODOVANIA,
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: 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. V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 14/2023 schváleného Akademickým senátom Univerzity Komenského v Bratislave Úplné znenie predpisu č. 23/2021 Vnútorný systém zabezpečovania kvality vysokoškolského vzdelávania Univerzity Komenského v Bratislave v znení Dodatku č. 1 a Dodatku č. 2, 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 tohto ustanovenia môžu byť posúdené ako porušenie povinností vyplývajúcich z právnych predpisov, (...). S takýmto posúdením môže byť spojené uplatnenie príslušných právnych dôsledkov v akademickej, (...) alebo 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: 4							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
0,0	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Ing. Vladimír Valach, PhD., CFA, MBA, doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 19.02.2024							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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 manažerskej 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: 485

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
25,98	0,0	30,31	18,35	10,52	7,63	1,24	5,98

Vyučujúci: Ing. Peter Balco, PhD., prof. Ing. Ján Papula, PhD., Mgr. Miriam Filipová, Mgr. Monika Pikus

Dátum poslednej zmeny: 30.09.2021

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: Priebežné hodnotenie bude pozostávať z dvoch častí: a) Na každom seminári môže študent za aktívnu účasť, ktorou sa budú overovať nadobudnuté vedomosti z poskytnutej prednášky a samoštúdia povinnej literatúry, získať po jednom bode/percente – seminárov, na ktorých sa budú takto overovať nadobudnuté vedomosti, bude desať – spolu teda študent môže za túto časť získať 10 bodov/percent. b) Na každom seminári sa budú ďalej riešiť konkrétne úlohy z praxe a prípadové štúdie. Na konci prednášky prednášajúci zadá rámcovú úlohu na prípravu na nasledujúci týždeň. Na zadaniach a rámcových úlohách môžu spolupracovať študenti v skupinách, max. traja v jednej skupine. Za každé zadanie možno získať maximálne tri body – celkový počet takýchto zadaní bude desať. Vypracované zadania študenti priamo prezentujú na seminároch. Študenti odovzdajú spracovaných desať čiastkových zadaní vo forme komplexného semestrálneho projektu posledný výučbový týždeň semestra – študent môže za túto časť získať 30 bodov/percent. Za neospravedlnenú neúčasť, nepripravenosť na seminári, ako aj za načas neodovzdané zadanie študent stráca 10 bodov. Podmienkou pripustenia ku skúške je získanie minimálne 21 bodov/percent z priebežného hodnotenia. Počas skúšobného obdobia môže študent získať zvyšných 60 bodov/percent za absolvovanie písomnej skúšky vo forme šiestich otvorených otázok, každá za desať bodov/percent. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je po absolvovaní osvojenia si vedomostí zo základov marketingu v rámci bakalárskeho stupňa štúdia a zvládnutí základnej „marketingovej abecedy“, 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 vyrovnáť s rastúcimi výdavkami na marketing podmienenými hyperkonkurenčným bojom? Odpoveď na niektoré z týchto otázok poskytuje predmet, ktorý je praktickým návodom, ako na to v súčasnom konkurenčnom prostredí,	

ktoré je v oblasti marketingového riadenia stále tvrdšie. Predmet je zameraný na osvojenie si princípov racionality v marketingovom riadení. Vychádza z analýzy názorov tzv. spoločenskej kritiky marketingu a naznačuje trend udržateľnosti v marketingovom riadení organizácií na prahu tretieho tisícročia.

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

Stručná osnova predmetu:

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

Odporúčaná literatúra:

- [1] PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ, G. – GUBÍNIOVÁ, K. 2015. Udržateľný marketingový manažment. Rozšírené a doplnené vydanie. Trenčín : Inštitút aplikovaného manažmentu, 2015. 329 s. ISBN 978-80-89600-24-3
- [2] PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ, G. – GUBÍNIOVÁ, K. 2016. Vybrané kapitoly z e-learningového kurzu Marketing manažment. Trenčín : Inštitút aplikovaného manažmentu, 2016. 664 s. ISBN 978-80-89600-27-4
- [3] AMATULLI, C. – DE ANGELIS, M. – COSTABILE, M. 2017. Sustainable Luxury Brands. Evidence from Research and Implications for Managers. London : Macmillan, 2017, 259 p. ISBN 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: 530							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
8,87	0,0	13,58	21,13	20,57	25,85	5,85	4,15
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 20.09.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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] GUBÍNIOVÁ, K. et al: Trendy v spotrebiteľskom správaní – teória a prax, Zlín : Radim Bačuvčík - VerBuM , 2022, ISBN 978-80-88356-12-7
- [2] PARR RUD, O. 2013. Data mining. Praha: Computer Press, 2013. 370 s. ISBN 8072265776
- [3] KEE HO, W. - LUAN, X. 2003. Data mining. North Carolina: University of North Carolina [4] at Chapel Hill [online]. Dostupné z: <http://www.unc.edu/~xluan/258/datamining.html#history>
- [3]
- [5] GHANI, R. 2010. Data mining for business applications. Amsterdam: IOS Press, 2010. [online].
- [6] Dostupné z: <http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10440450> [4] SAS. 2017. Enterprise Miner
- [7] Tutorial. 2017. [online]. Dostupné z: http://video.sas.com/#category/videos/sas-enterpriseminer_ [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].
- [9] Dostupné z: http://video.sas.com/detail/videos/trending/video/4059012552001/sas-enterpriseminerTM---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: 84

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
90,48	0,0	0,0	2,38	0,0	0,0	1,19	5,95

Vyučujúci: Mgr. Lucia Vilčeková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 21.09.2023

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Marketing manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40% priebežné hodnotenie: - aktívna účasť (v prípade neospravedlnenej neúčasti alebo nepripravenosti na cvičenie, resp. seminár strata 10%) - aplikácia získaných teoretických znalostí na vybrané problémy – 40% 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. Celkové hodnotenie študentov pozostáva zo súčtu bodov/percent za aktívnu účasť na seminároch a z bodov získaných za absolvovanie skúšky. Skúška je písomná, resp. uskutočnená prostredníctvom vybranej aplikácie (MS Forms). Systém priebežného hodnotenia je stanovený na začiatku semestra. Termíny skúšok budú určené na základe koordinácie termínov najneskôr 1 týždeň pred začiatkom skúškového obdobia. 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. V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 14/2023 schváleného Akademickým senátom Univerzity Komenského v Bratislave Úplné znenie predpisu č. 23/2021 Vnútorný systém zabezpečovania kvality vysokoškolského vzdelávania Univerzity Komenského v Bratislave v znení Dodatku č. 1 a Dodatku č. 2, 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: 40/60

Výsledky vzdelávania:

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

Stručná osnova predmetu:

1. Úloha marketingového výskumu v riadení marketingových aktivít – úvod do problematiky.
2. Proces realizácie marketingového výskumu.
3. Typológia marketingového výskumu.
4. Dopytovanie ako metóda marketingového výskumu.
5. Pozorovanie ako metóda marketingového výskumu.
6. Experimentálny dizajn v marketingovom výskume.
7. Výberové zisťovanie.
8. Panelový a omnibusový výskum.
9. Analýza dát – deskriptívna analýza: jednorozmerná, dvojrozmerná a viacrozmerná deskriptívna analýza.
10. Testovanie hypotéz.
11. Analýza dát – pokročilejšia analýza: regresná analýza, korelačný koeficient, faktorová analýza.
12. Analýza dát – pokročilejšia analýza: structural equation modeling, zhluková 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
- GUBÍNIOVÁ, K. a kol. 2022. Trendy v spotrebiteľskom správaní – teória a prax. Zlín: VeRBuM, 2022. ISBN 978-80-88356-12-7
- 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
- ŠTARCHOŇ, P., PŠENÁK, P. a MIKLOŠÍK, A., 2022. Medzigeneračné rozdiely v správaní slovenských spotrebiteľov. Zlín: VeRBuM, 2022. ISBN 978-80-88356-09-7
- 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

Vzhľadom na nové a dostupné zdroje bude doplňujúca literatúra priebežne aktualizovaná.

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1081

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
36,82	0,0	20,35	16,65	13,41	7,22	5,0	0,56

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

Dátum poslednej zmeny: 20.02.2024

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 86

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
53,49	0,0	25,58	13,95	1,16	1,16	1,16	3,49

Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., doc. Ing. Andrej Miklošík, PhD., PhDr. Ing. Miroslav Reiter

Dátum poslednej zmeny: 20.09.2021

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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, prezentácia na vybranú tému a absolvovanie záverečného testu.. 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: 524							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
51,34	0,0	27,1	10,5	4,39	2,86	1,53	2,29
Vyučujúci: Mgr. Lucia Paškrtová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 15.02.2024							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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	
Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta - doplňujúce informácie Povinne voliteľný predmet. Prednáška / seminár – prezenčná forma (materiály v MS Teams) podľa aktuálne platného rozvrhu. Počet ECTS kreditov: 6. forma výučby: prednáška a seminár (4 hod.) v bloku metóda výučby: prezenčne Študijný program Manažment v študijnom odbore Ekonómia a manažment. Magisterské štúdium. Denná forma štúdia.	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Na absolvovanie predmetu a získanie kreditov je potrebné získať minimálne 60 percent (bodov) z celkového hodnotenia predmetu a písomnou skúškou v skúšobnom období semestra (maximálne 40 bodov). Priebežné hodnotenie (60%) 1. Aktívna účasť na seminároch a riešenie prípadových štúdií (20%). 2. Tímová prezentácia : MLZ v medzinárodnom prostredí (podľa zadaných tém v MS Teams (10%) : 3. Projekt spracovaný tímom (vybrané štáty podľa zadanej osnovy v MS Teams) : 30% Záverečná písomná skúška (40%) Skúška z predmetu je povinná. Prebieha prezenčne písomnou formou, kombinácia otvorených a uzatvorených otázok. Termíny skúšok budú určené na základe koordinácie termínov najneskôr 1 týždeň pred začiatkom skúškového obdobia. Podľa kreditového systému ECTS úspešné absolvovanie predmetu vyžaduje získať hodnotenie v rozpätí A až E. Študent, ktorý bol hodnotený z predmetu známku FX, má právo na dva opravné skúškové termíny, pokiaľ splní podmienky priebežného hodnotenia. Klasifikačná stupnica: A: 100% - 91% výborne (1) B: 90% - 81% veľmi dobre (1.5) C: 80% - 73% dobre (2) D: 72% - 66% uspokojivo (2.5)	

E: 65% - 60% dostatočne (3)

FX: 59% a menej nedostatočne (4)

Záverečné hodnotenie (40%) pozostáva z písomnej skúšky

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/ záverečná skúška 60/40

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. Ďalej sa študenti naučia identifikovať, analyzovať a spracovávať informácie.

Stručná osnova predmetu:

1. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov – úvod do kurzu
2. Teoretické východiská MMLZ v nadnárodných spoločnostiach, prepojenie na MLZ
3. MMLZ: modely a trendy, Európsky model, Anglo-saský model, organizačná kultúra, internacionalizácia.
4. Organizačný prístup a cesta ku globálnemu postaveniu, štádiá internalizácie, rola personalistu v medzinárodnom prostredí.
5. Manažment expatriotov. Vyslanie medzinárodných pracovníkov, Formy, typy, proces, Činnosti (nábor, výber, vzdelávanie, rozvoj a kariéra,
6. Globálne aspekty odmeňovania medzinárodného pracovníka.
7. Priemyselné vzťahy v Európe. Participácia zamestnancov.
Európska sociálna charta
8. Zamestnanecké rady. Formy flexibilnej organizácie práce.
9. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Veľkej Británii.
10. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Nemecku.
11. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Francúzsku. v Taliansku.
12. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Strednej Európe (Česká Republika, Slovensko, Slovinsko, Maďarsko, Poľsko) a ich porovnanie.
13. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Ázii (Južná Kórea, Japonsko, Čína, Singapur) a ich porovnanie.
14. Tímové prezentácie semestrálnych projektov.

Odporúčaná literatúra:

Odporúčaná literatúra:

- [1] BAJZÍKOVÁ, Ľ, BAJZÍK, P. 2022. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov. OFPRINT, s.r.o. Bratislava, ISBN:978-80-89037-62-9
- [2] BAJZÍKOVÁ, Ľ. – BÚCIOVÁ, Z. 2012. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2012.
- [3] DOWLING, P.J. – FESTING, M. – ENGLE, A. D. 2017. International Human Resource Management. CENGAGE Learning 2017.
- [4] HOLLINSHEAD, G. 2009. International and Comparative Human Resource Management. McGraw-Hill Europe, 2009.
- [5] ILLES, P. – ZHANG, C. 2013. International Human Resource Management: A Cross-Cultural and Comparative Approach. London : CIPD, 2013. ISBN 978-1-84398-300-2
- [6] SCHOLZ, CH. – BÖHM, H. 2008. Human Resource Management in Europe (Comparative Analysis and Contextual Understanding). Routledge, 2008.
- [7] Journal of Human Resource Management.
- [8] 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/>.
- [9] 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: 493

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
42,8	0,0	26,57	14,6	8,11	2,84	3,85	1,22

Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajzíkova, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.02.2024

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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. 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: 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] HOLLENSSEN, 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: 1246							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
19,74	0,0	25,36	21,59	16,61	13,88	1,36	1,44
Vyučujúci: Mgr. František Olšavský, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 10.10.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: Hodnotenie predmetu počas semestra: 1 písomka za 40 bodov. Testy je možné robiť v náhradnom termíne počas semestra len ak bol študent v čase písania testu PN, čo vydokladuje potvrdením od lekára. Hodnotenie počas skúšobného: záverečný test za 60 bodov. Študenti budú vypracúvať zadané úlohy pre zadané časové dáta. Výpočty modelov a spracovanie dát sa budú realizovať pomocou open source softvéru R (https://www.r-project.org/). 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 2024. 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 čase Oboznámia sa s ARMA metodológiou, s metódami pre modelovanie volatility časových radov ARCH and GARCH, sso štylizovanými faktami.	
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. Najlepši	

lineárny prediktor. Metóda maximálnej vierohodnosti, predpovedné schémy. Výber a vyhodnotenie najlepšej predpovede. Nestacionárne časové rady, jednotkové koreňové testy, štylizované fakty, ARCH a GARCH modely.							
Odporúčaná literatúra: Kalická, Kováč: https://moodle.uniba.sk/predmet/2023/20234 Modelovanie ekonomických procesov - denní študenti. 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 š							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky: Kód pre MS Teams: aci52uh							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 293							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
28,67	0,0	19,11	18,43	12,29	12,63	2,05	6,83
Vyučujúci: doc. RNDr. Jana Kalická, PhD., Mgr. Peter Pšenák, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., Mgr. Dominika Sónak Ballová, doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 15.02.2024							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU ŠTÁTNEJ SKÚŠKY

Akademický rok: 2022/2023	
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] Vnútorý 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 Akademickej 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: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 89

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
41,57	0,0	17,98	14,61	7,87	5,62	3,37	8,99

Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniiová, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., PhDr. Ing. Miroslav Reiter, doc. Ing. Andrej Miklošík, PhD., PhDr. Ján Ganobčík
Dátum poslednej zmeny: 26.02.2024
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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] ŠAJGALÍKOVÁ, H. Organizácia a kultúra. Bratislava: Ofprint, 2013.
- [4] 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.
- [5] ŠAJGALÍKOVÁ, H., COPUŠ, L. Vzťah národnej kultúry a vybraných funkcií manažmentu. Ružomberok: Verbum, 2016.
- [6] COPUŠ, L., WOJČÁK, E., MAJTÁNOVÁ, M., ŠAJGALÍKOVÁ, H. Priemysel 4.0 a jeho dopad na organizačné systémy a ľudské zdroje. The Journal of Culture, Vol. 9, No. 2, 2019, ISSN: 2336-7849, s. 3-8.
- [7] COPUŠ, L., MADZÍK, P., ŠAJGALÍKOVÁ, H., ČARNOGURSKÝ, K. Is There a Possibility to Characterize an Organizational Culture by Its Selected Cultural Dimensions? SAGE open, roč. 13, č. 4, 2023, s. 1-20.
- [8] COPUŠ, L., ČARNOGURSKÝ, K. Intercultural marketing: Culture and its influence on the efficiency of Facebook marketing communication. Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, roč. 12, č. 2, s. 189-207, 2017.
- [9] SCHEIN, E. H. Organizational culture and leadership. San Francisco: Jossey-Bass, 2016.
- [10] HOFSTEDE, G., HOFSTEDE, G. J., MINKOV, M.: Cultures and Organizations: Software of the Mind. New York: McGraw-Hill, 2010.
- [11] TROMPENAARS, F., HAMPDEN-TURNER, CH., Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business. New York: McGraw-Hill Education, 2012.
- [12] LEWIS, R.D. When cultures collide: Leading across cultures. Londýn: Nicholas Brealey International, 2018.
- [13] TROMPENNAARS, F., WOOLLIAMS, P. Business Across Cultures. Chichester: Capstone, 2004.
- [14] SCHNEIDEROVÁ, S. C., BARSOUX, J. L. Managing across cultures. Londýn: Prentice Hall, 2002.
- [15] MOLE, J. Mind Your Manners: Managing Business Cultures in the New Global Europe. Londýn: Nicholas Brealey Publishing, 2003.
- [16] CRANE, R. European Business Cultures. Londýn: Pearson, 2000.
- [17] MERCADO, S., WELFORD, R., PRESCOTT, K. European Business. Londýn: Pearson, 2000.
- [18] BROWN, A. Organisational culture. Londýn: Financial Times Management, 1998.
- [19] TRICE, H, M., BEYEROVÁ, J. M. The Cultures of Work Organizations. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1993.
- [20] Databázy Akademickej knižnice UK, Centra vedecko-technických informácií SR.

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: 504

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
23,61	0,0	32,14	23,41	10,91	6,94	2,38	0,6

Vyučujúci: doc. PhDr. Lukáš Copuš, PhD., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 07.02.2024

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 50% priebežné hodnotenie a 50% záverečné hodnotenie. Priebežné hodnotenie: 20 % – vypracovanie riešenia a prezentovanie prípadovej štúdie (váha 0,2) + 30 % - písomný test (midterm – váha 0,3) Záverečné hodnotenie: 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. Pozn.: V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 16/2017 Smernica rektora Univerzity Komenského v Bratislave Úplné znenie vnútorného predpisu č. 23/2016 Smernice rektora Univerzity Komenského v Bratislave, ktorou sa vydáva Etický kódex Univerzity Komenského v Bratislave v znení dodatku č. 1, každý študent počas štúdia svoje študijné výsledky dosahuje vždy len poctivým spôsobom; nepodvádza a nepoužíva nečestné postupy počas akejkoľvek formy overovania jeho študijných poznatkov a vedomostí. Prípady porušenia Etického kódexu UK môžu byť posúdené ako porušenie povinností vyplývajúcich z právnych predpisov, (...). S takýmto posúdením môže byť spojené uplatnenie príslušných právnych dôsledkov v akademickej, (...) disciplinárnej rovine. V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 13/2018 schváleného Akademickým senátom Univerzity Komenského v Bratislave Disciplinárny poriadok Univerzity Komenského v Bratislave pre študentov, disciplinárnym priestupkom študenta je akákoľvek forma odpisovania alebo nedovolennej spolupráce alebo napovedania v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu, alebo používanie technických zariadení alebo akýchkoľvek nosičov informácií iným ako dovoľeným spôsobom v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu. Za spáchaný disciplinárny priestupok možno uložiť študentovi niektoré z disciplinárnych opatrení: pokarhanie, podmienené vylúčenie zo štúdia alebo vylúčenie zo štúdia. 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 manažerskej práce, manažerske 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 manažersku 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. Učiaci 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] Lašáková, A. - Rudy, J. – Sulíková, R. – Vojteková, M. – Fratrič, J.: Organizačné správanie. Bratislava: UK, 2023.
- [2] Rudy, J.: Management and Chaos Theory. Bratislava: Faber, 1997.
- [3] Robbins, S. P. – Judge, T.A.: Organizational Behavior. New Jersey: Prentice Hall, 2015.

- [4] Schermerhorn, J. R. – Hunt, J. G. – Osborn, R. N.: Organizational Behavior. John Wiley and Sons, 2008.
- [5] Lašáková, A. - Bajžíková, E. - Dedze, I. (2017). Barriers and drivers of innovation in higher education: Case study-based evidence across ten European universities. International Journal of Educational Development, 55, 69-79.:
- [6] Lašáková, A. – Remišová, A.: On organisational factors that elicit managerial unethical decision-making. In: Ekonomický časopis. - roč. 65, č. 4, (2017), s. 334-354.
- [7] 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.
- [8] Prípadové štúdie (výber), napr. Harvard Business Publishing, <https://hbsp.harvard.edu/cases/?ab=browse%7Ccases>
- [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] 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
- [11] 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 syllabus, ktorý je na začiatku semestra elektronicky distribuovaný všetkým študentom, ktorí majú tento predmet zapísaný.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 472

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
23,09	0,0	30,51	19,92	9,32	7,42	6,36	3,39

Vyučujúci: prof. Ing. Ján Rudy, PhD., doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD., Mgr. Monika Vojteková

Dátum poslednej zmeny: 18.09.2023

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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 prípadových štúdií a prezentácie daných riešení (30 bodov), midterm test (20 bodov). Skúška: Písomná (30 bodov) a ústna (20 bodov). V skúškovom období podľa Harmonogramu FM UK. Počet bodov zo skúšky = 50 bodov. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Pozn.: V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 16/2017 Smernica rektora Univerzity Komenského v Bratislave Úplné znenie vnútorného predpisu č. 23/2016 Smernice rektora Univerzity Komenského v Bratislave, ktorou sa vydáva Etický kódex Univerzity Komenského v Bratislave v znení dodatku č. 1, každý študent počas štúdia svoje študijné výsledky dosahuje vždy len poctivým spôsobom; nepodvádza a nepoužíva nečestné postupy počas akejkoľvek formy overovania jeho študijných poznatkov a vedomostí. Prípady porušenia Etického kódexu UK môžu byť posúdené ako porušenie povinností vyplývajúcich z právnych predpisov, (...). S takýmto posúdením môže byť spojené uplatnenie príslušných právnych dôsledkov v akademickej, (...) disciplinárnej rovine. V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 13/2018 schváleného Akademickým senátom Univerzity Komenského v Bratislave Disciplinárny poriadok Univerzity Komenského v Bratislave pre študentov, disciplinárnym priestupkom študenta je akákoľvek forma odpisovania alebo nedovolennej spolupráce alebo napovedania v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu, alebo používanie technických zariadení alebo akýchkoľvek nosičov informácií iným ako dovoľeným spôsobom v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu. Za spáchaný disciplinárny priestupok možno uložiť študentovi niektoré z disciplinárnych opatrení: pokarhanie, podmienené vylúčenie zo štúdia alebo vylúčenie zo štúdia.	

Výsledky vzdelávania:

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. Profesionálna etika manažéra. Manažérska prísaha. Etický rozvoj manažérov/lídov.
8. Neetický manažér. Nápravné opatrenia.
9. Whistleblowing. Podstata a typy korupcie. Etické opatrenia na boj proti korupcii. Súvislosť: Korupcia a whistleblowing.
10. Etické problémy v slovenskej manažérskej praxi. Neetické praktiky, ich príčiny a riešenia na úrovni organizácie a personálneho manažmentu.
11. Inštitucionalizácia etiky. Etický a compliance program. Etický kódex.
12. Ako funguje etický a compliance program v konkrétnej organizácii – príklady z praxe.
13. Manažment etiky – komplexný pohľad. Súhrn konkrétnych opatrení, prostredníctvom ktorých môže personálny manažér nastoliť v podniku etickú organizačnú kultúru a lepšiu klímu na pracovisku.

Odporúčaná literatúra:

- [1] Lašáková, A., Remišová, A., & Bohinská, A. (2022). Barriers to ethical business in Slovakia: an exploratory study based on insights of top representatives of business and employer organisations. *European Journal of International Management*, 17(1), 86-113.
- [2] Lašáková, A. - Remišová, A. - Abratzky, D. (2022). Ethics programs in business and management literature bibliometric analysis of performance, content, and trends. In: *Ethics & Bioethics*. - Roč. 12 (2022), s. 92-107.
- [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] Lašáková, A. – Remišová, A. – Bohinská, A. (2021). Best practices in ethics management: Insights from a qualitative study in Slovakia. In: *Business Ethics: A European Review*. – Roč. 30, č. 1, s. 54-75.
- [5] Remišová, A. – Lašáková, A. – Kirchmayer, Z. (2019). Influence of formal ethics program components on managerial ethical behavior. In: *Journal of Business Ethics*. – Roč. 160, č. 1, s. 151-166.

- [6] 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.
- [7] Remišová, A. 2015. Súčasné trendy podnikateľskej etiky. Bratislava: Kluwer, 260 s.
- [8] 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.
- [9] Remišová, A. 2011. Etika a ekonomika. Bratislava: Kalligram. 496 s.
- [10] Crane, A. – Matten, D. (2010). Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization. Oxford: Oxford University Press.
- [11] Stanwick, P. – Stanwick, S. (2014). Understanding Business Ethics. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- [12] 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/>.
- [13] Prípadové štúdie (výber), napr. Harvard Business Publishing, <https://hbsp.harvard.edu/cases/?ab=browse%7Ccases>
- [14] Ďalšie zdroje budú priebežne doplňané 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: 70

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
10,0	0,0	31,43	34,29	2,86	5,71	7,14	8,57

Vyučujúci: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 18.09.2023

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/146M/22	Názov predmetu: Právny compliance
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta - doplňujúce informácie Výučbový predmet bude prebiehať najmä formou seminárov, ktorých obsahom bude prednesenie témy daného seminára zo strany vyučujúceho a následná práca s danou témou v praktickej podobe. Táto činnosť zahŕňa najmä interakciu so študentami, kladenie praktických otázok, úsilie o zdokonalenie logického myslenia a vytvorenie spôsobilosti študenta na riešenie kritických alebo bežných praktických situácií v riadení organizácie.	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Obsahom výučbového predmetu sú jednotlivé oblasti takzvaného Legal complaints, teda právnych regulácií ktoré sú najviac frekvencované v takmer každej organizácii. Štruktúra jednotlivých výučbových hodín je stanovená nižšie.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Absencie: - 2 absencie bez povinnosti osprevedlniť neúčast študenta na seminári - neúčast študenta na seminári, kde prebieha priebežné alebo záverečné hodnotenie je potrebné ospravedlniť pred začatím seminára a to lekársym potvrdením. Nedodržanie tejto podmienky má za následok udelenie 0% z daného priebežného hodnotenia. Absolvovanie predmetu: - aktívna interakcia s témou daného seminára - narúšanie výučby po druhom formálnom upozornení spôsobuje stratu spôsobilosti študenta na absolvovanie výučbového predmetu. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Priebežné hodnotenie:- 10% priebežný test- 10% prezentácia seminárnej práce- 20% hodnotenie seminárnej práceZáverečné hodnotenie:- 40% ústna skúška	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študent získa predpoklady pre riadenie organizácie v súlade s právnymi reguláciami ustanovenými zákonmi SR a nariadeniami EÚ, identifikáciu rizikových aktivít a vypracovanie základných vnútorných smerníc.	

Cieľom predmetu je oboznámiť študenta s najviac frekventovanými oblasťami regulácií, s ktorými dochádza do kontaktu každá súkromná či verejná organizácia.

Obsahom výučby je najmä elektronický obchod a spotrebiteľská regulácia, predchádzanie legalizácii príjmu z trestnej činnosti (AML), GDPR, regulácia platobných a bankových služieb, obchodné licencie a právo duševného vlastníctva, ochrana pred nesprávne implementovaným právom EÚ zo strany štátu, whistleblowing, kybernetická bezpečnosť, predchádzanie mobingu a šikany na pracovisku.

Stručná osnova predmetu:

Názov témy.

Právo EÚ

Prednášajúci: JUDr. Filip Petrínek, PhD.

Obsah témy:

- sekundárne právo (nariadenia a smernice a spôsob, akým ovplyvňujú firmy)
- presadzovanie práva EÚ
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi
- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, zadaní a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- všeobecne definujte štruktúru smernice a nariadenia EÚ
- interpretujte vybrané ustanovenia právneho predpisu
- na praktickom príklade uveďte, za akých okolností a akým spôsobom budete tzv. priamu vykonateľnosť práva EÚ
- na vybranom praktickom príklade uveďte aké postupy zvolíte pri riešení právnej veci s orgánom dohľadu

Názov témy.

Právo EÚ

Prednášajúci: Ing. Ivan Makatura, CRISC, CDPSE

Obsah témy:

- riešenie konfliktov medzi právom EÚ a vnútroštátnym právom v prospech podnikateľov (nesprávne transpozície)
- EU PILOT
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi
- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, zadaní a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- konfrontujte vybranú smernicu s národným zákonom
- uveďte do ktorých vnútroštátnych predpisov bola smernica EÚ transponovaná
- na príklade rozhodnutia štátneho orgánu uveďte či došlo k správnej implementácii práva EÚ v rámci plnenia úloh dohľadu daného štátneho orgánu
- na vybranom praktickom príklade definujte, ako má organizácia postupovať v prípade konfliktu národnej implementácie práva EÚ s pôvodným znením resp. regulačným zámerom práva EÚ
- uveďte postup pri spôsobení škody vašej organizácii v dôsledku nesprávnej implementácie práva EÚ zo strany štátu (legislatíva) resp. orgánov dohľadu
- na vybranom praktickom príklade uveďte aké postupy zvolíte pri riešení právnej veci s orgánom dohľadu

Názov témy.

Spotrebiteľská regulácia

Prednášajúci: JUDr. Filip Petrínek, PhD.

Obsah témy:

- elektronický obchod,
- regulácia internetového predaja,

- mobilné aplikácie
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi
- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, zadaní a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- kategorickým spôsobom identifikujte všetky právne povinnosti vzťahujúce sa na internetový predaj
- riešte vybrané právne problémy pri reklamačnom procese
- definujte základnú štruktúru databázy pri vybranom type mobilnej aplikácie a uveďte všetky právne povinnosti súvisiace s jednotlivými prvkami štruktúry databázy
- na základe zadania konkrétneho príkladu nastavte správny spôsob právnej interakcie užívateľa softvérového riešenia
- na vybranom praktickom príklade uveďte aké postupy zvolíte pri riešení právnej veci s orgánom dohľadu

Názov témy.

Spotrebiteľská regulácia

Prednášajúci: JUDr. Filip Petrínek, PhD.

Obsah témy:

- digital marketing
- uzavieranie zmlúv online
- Všeobecné obchodné podmienky
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi
- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, zadaní a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- vypracujte obligatórnu štruktúru Všeobecných obchodných podmienok pre vybraný biznis model
- uveďte právne základy a spôsob realizácie digitálneho marketingu zákonným spôsobom
- definujte riziká a výhody uzavierania zmlúv online
- vypracujte návrh štruktúry marketingovej databázy
- na vybranom praktickom príklade uveďte aké postupy zvolíte pri riešení právnej veci s orgánom dohľadu

Názov témy.

Predchádzanie legalizácii príjmu z trestnej činnosti

Prednášajúci: JUDr. Filip Petrínek, PhD.

Obsah témy:

- neobvyklé obchodné operácie,
- identifikácia osôb,
- rizikové situácie,
- risk management
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi
- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, zadaní a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- vypracujte súbor praktických príkladov neobvyklých obchodných operácií súvisiacich s biznis modelom, ktorý si vyberiete
- navrhnete identifikáciu svojho zákazníka (KYC) v prípade identifikácie online
- definujte rizikové situácie súvisiace s nesprávnou realizáciou pravidiel o predchádzaní legalizácie príjmu z trestnej činnosti
- vypracujte základnú štruktúru programu vlastnej činnosti vašej organizácie
- na vybranom praktickom príklade uveďte aké postupy zvolíte pri riešení právnej veci s orgánom dohľadu

Názov témy.

GDPR

Prednášajúci: JUDr. Filip Petrínek, PhD.

Obsah témy:

- rozsah regulácie, nariadenie GDPR vs. Zákon,
- informačná povinnosť,
- špecificky navrhnutá a štandardná ochrana údajov,
- informácia o spôsobe spracúvania osobných údajov,
- oznamovanie bezpečnostných incidentov
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi
- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, zadaní a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- definujte všetky právne základy a účely spracúvania osobných údajov na príklade vybraného biznis modelu
- rozpracujte súbor postupov pre riešenie podnetov od dotknutej osoby
- vypracujte smernicu o spracúvaní osobných údajov pre oddelenie vybranej spoločnosti
- definujte rozsah a spôsob spracúvania osobných údajov v súvislosti so špecifickou a štandardnou ochranou osobných údajov
- na základe simulácie kontroly zo strany orgánu dohľadu reagujte na priebeh výkonu kontroly
- na vybranom praktickom príklade uveďte aké postupy zvolíte pri riešení právnej veci s orgánom dohľadu

Názov témy.

GDPR

Prednášajúci: JUDr. Filip Petrínek, PhD.

Obsah témy:

- GDPR compliance projekt,
- oznamovanie bezpečnostných incidentov
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi
- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, zadaní a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- definujte štruktúru GDPR compliance projektu
- spracujte vybraný bezpečnostný incident a zvolte kompletne právne postupy pre jeho úspešné a správne vyriešenie
- uveďte spôsob akým budete postupovať v prípade konkrétnej potreby zamestnanca organizácie konzultovať otázku súvisiacu so spracovaním osobných údajov
- uveďte akým spôsobom budete postupovať v prípade uplatnenia právnych nárokov dotknutej osoby súvisiacich so spôsobením nemajetkovej ujmy súvisiacej s nesprávnym plnením právnych povinností súvisiacich s GDPR a Zákonom
- na vybranom praktickom príklade uveďte aké postupy zvolíte pri riešení právnej veci s orgánom dohľadu

Názov témy.

Platobné a bankové regulácie

Prednášajúci: JUDr. Filip Petrínek, PhD.

Obsah témy:

- platobné inštitúty,
- elektronické peniaze,
- kryptomeny,
- vernostné programy,
- kompetencie NBS a dohľad nad finančným trhom
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi

- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, zadaní a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- vytvorte systém vernostných kariet, tak aby sa dosiahol zámer motivácie zákazníka, spracovania relevantných dát zo strany vašej organizácie a dlhodobej udržateľnosti zachovania vernosti zákazníka
- definujte všetky kategórie zákazníckych dát, ktoré môžu mať obchodnú hodnotu pre váš biznis model
- definujte výhody a riziká obchodovania v kryptomenách
- rozpracujte základný model platobnej brány
- na vybranom praktickom príklade uveďte aké postupy zvolíte pri riešení právnej veci s orgánom dohľadu

Názov témy.

Oznamovanie protispoločenskej činnosti (Whistleblowing)

Prednášajúci: JUDr. Filip Petrínek, PhD.

Obsah témy:

- význam pojmu whistleblowing a jeho význam pre organizáciu,
- sankcie,
- vnútorné smernice,
- praktické prípady
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi
- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, zadaní a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- definujte všetky situácie, ktoré sa môžu vo vašej organizácii prejavovať ako protispoločenská činnosť
- vypracujte základné predpoklady pre motivovanie zamestnancov k oznamovaniu protispoločenskej činnosti
- vypracujte základné predpoklady pre anonymizovanie osôb oznamujúcich protispoločenskú činnosť vo vašej organizácii
- vypracujte kompletný systém postupov pre jednu z nasledujúcich protispoločenských činností: korupcia, zneužívanie vnútorných zdrojov spoločnosti

Názov témy.

Licencie a právo duševného vlastníctva

Prednášajúci: JUDr. Filip Petrínek, PhD.

Obsah témy:

- predmet ochrany,
- zmluvy na ochranu PDV,
- licencie,
- elektronické licencie,
- podmienky používania služieb (SLA)
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi
- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, zadaní a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- vypracujte online licenciu
- definujte obsah SLA pre vybraný typ služby založenej na Cloud Computingu
- na praktickom príklade definujte všetky objekty právnej ochrany PDV
- vypracujte zmluvu o prevode PDV
- opíšte proces registrácie ochrannej známky a riziká spojené s používaním neregistrovanej obchodnej známky

Názov témy.

Licencie a právo duševného vlastníctva

Prednášajúci: JUDr. Filip Petrínek, PhD.

Obsah témy:

- predmet ochrany,
- zmluvy na ochranu PDV,
- licencie,
- elektronické licencie,
- podmienky používania služieb (SLA)
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi
- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, заданий a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- vypracujte online licenciáciu
- definujte obsah SLA pre vybraný typ služby založenej na Cloud Computingu
- na praktickom príklade definujte všetky objekty právnej ochrany PDV
- vypracujte zmluvu o prevode PDV
- opíšte proces registrácie ochrannej známky a riziká spojené s používaním neregistrovanej obchodnej známky

Názov témy.

Pracovné regulácie

Prednášajúci: JUDr. Filip Petrínek, PhD.

Obsah témy:

- zákonné povinnosti, formy zamestnávania,
- dodržiavanie pracovných povinností,
- jednanie so štátnymi orgánmi
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi
- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, заданий a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- vypracujte komparatívny dokument opisujúci rozdiely medzi pracovným a mimopracovným pomerom
- definujte základný rozsah pracovných povinností vzťahujúcich sa na zamestnávateľa a na zamestnanca
- na vybranom praktickom príklade uveďte aké postupy zvolíte pri riešení právnej veci s orgánom dohľadu

Názov témy.

Pracovné regulácie

Prednášajúci: JUDr. Filip Petrínek, PhD.

Obsah témy:

- kolektívne vs. individuálne pracovné vzťahy
- zabezpečenie organizácie pre prípad mimoriadnych udalostí
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi
- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, заданий a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- simulácia kolektívneho vyjednávania
- definujte spôsob a formu úpravy pracovných podmienok pre prípad mimoriadnej udalosti, ktorou je napr. pandémie, výpadok zásobovania alebo nedostupnosť energií
- vypracujte základnú štruktúru systému kontroly plnenia pracovných povinností a súladu s pracovnoprávnymi predpismi
- uveďte všetky riziká bezpečnosti práce súvisiace s vybranou organizáciou

- na vybranom praktickom príklade uveďte aké postupy zvolíte pri riešení právnej veci s orgánom dohľadu.

Názov témy.

Kybernetická bezpečnosť

Prednášajúci: Ing. Ivan Makatura, CRISC, CDPSE

Obsah témy:

- povinné subjekty,
- kritická infraštruktúra,
- risk management,
- riešenie bezpečnostných incidentov,
- kybernetická bezpečnosť vs. GDPR,
- vnútorné smernice
- najlepšie vnútorné praktiky a komunikácia s verejnými orgánmi
- prostriedky právnej ochrany

Obsah príkladov, úloh, zadaní a prípadových štúdií na upevnenie témy:

- definujte kritickú infraštruktúru pre vybranú organizáciu
- vyriešte bezpečnostný incident v súlade s plnením zákonných povinností
- definujte základné technické opatrenia na predchádzanie kybernetickým incidentom
- na vybranom praktickom príklade uveďte aké postupy zvolíte pri riešení právnej veci s orgánom dohľadu.

Odporúčaná literatúra:

- [1] PETRINEC, F. 2014. KOMENTÁR K ZÁKONU: Petrinec F., Zákon č. 102/2014 Z.z. o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho a o zmene a doplnení niektorých zákonov Komentár k zákonu; Poradca podnikateľa; Žilina 2014; ISSN-1337-4966, aktualizácia č. 109.
- [2] PETRINEC, F. 2017. Nekalé obchodné praktiky júl, 2017, Právne Noviny, ISSN 2454-0048, <https://www.pravnenoviny.sk/neškale-obchodne-praktiky>
- [3] PETRINEC, F. 2019. Platobné služby- poskytovanie darčkových kariet marec, 2019, Právne Noviny, ISSN 2454-0048, <https://www.pravnenoviny.sk/platobne-sluzby-poskytovanie-darcekovych-kariet>
- [4] PETRINEC, F. 2020. Ako je možné „optimalizovať“ náklady podnikateľa pri plnení spotrebiteľských zákonov? apríl, 2020, Právne Noviny, ISSN 2454-0048, <https://www.pravnenoviny.sk/ako-je-mozne-optimalizovat-naklady-podnikatela-pri-plneni-spotrebiteľskych-zakonov>
- [5] PETRINEC, F. 2019. Mobilné aplikácie a pravidlá ich používania február, 2019, Právne Noviny, ISSN 2454-0048, <https://www.pravnenoviny.sk/mobilne-aplikacie-a-pravidla-ich-pouzivania>
- [6] PETRINEC, F. 2019. Hotelové právo: Evidencia úrazov marec, 2019, Právne Noviny, ISSN 2454-0048, <https://www.pravnenoviny.sk/hotelove-pravo-evidencia-urazov>
- [7] PETRINEC, F. 2019. GDPR a vernostné programy obchodníkov máj, 2019, Právne Noviny, ISSN 2454-0048, <https://www.pravnenoviny.sk/gdpr-vernostne-programy-obchodnikov>
- [8] PETRINEC, F. 2019. GDPR: Porušenie ochrany osobných údajov august, 2019, EPI/Poradca Podnikateľa, ISSN 2644-4674 <https://www.epi.sk/clanok-z-titulky/gdpr-porusenie-ochrany-osobnych-udajov-tt.html>
- [9] PETRINEC, F. 2018. Ochrana osobnosti vs. ochrana osobných údajov a právo na zabudnutie jún, 2018, Právne Noviny, ISSN 2454-0048.
- [10] PETRINEC, F. 2017. Prvý vážny zásah pre UBER udelený právom EÚ máj, 2017, Právne Noviny, ISSN 2454-0048.

- [11] PETRINEC, F. 2016. Nový prístup v riešení sporov spotrebiteľov s obchodníkmi január, 2016, EPI/Poradca Podnikateľa, ISSN 2644-4674š
- [12] BENEŠ, M. 2020. Autorské právo v rozhlasovom vysílení. Soukromoprávní aspekty rozhlasového vysílení v českém, slovenském a evropském právu. Praha : Leges, 2020, 194 s. ISBN 978-80-7502-445-9
- [13] PEATTIE, K. 2001. Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing. In: The Marketing Review. 2001, Vol. 2, No. 2, p.129-146. ISSN 1472-1384
- [14] STIERANKA, J. 2018 Legalizácia príjmov z trestnej činnosti a financovanie terorizmu, Wolters Kluwer, ISBN 9788081689123
- [15] ŠALGOVIČOVÁ, J., URDZIKOVÁ J., Ochrana spotrebiteľa v manažérstve reklamácií, Wolters Kluwer, s. 139, ISBN 9788022737326
- [16] VEČERKOVÁ, E., POKORNÁ, J., DUDOVÁ, J., LEVICKÁ, T. , Ochrana spotrebiteľa proti nekalým obchodným praktikám podnikateľů, Wolters Kluwer, s. 304, 2017, ISBN9788075526250
- [17] STRÉMY, J., Ochrana finančného spotrebiteľa, Leges, s. 136, 2015, ISBN9788075020895
- [18] PICHRT, J., MORÁVEK, J., Whistleblowing minulosť, prítomnosť, budúcnosť, Wolters Kluwer, s. 140, 2021, ISBN9788076760271
- [19] KENNY, K., Whistleblowing, s. 296, Harvard University Press, ISBN: 9780674975798
- [20] ENDORF, C., SCHULTZ, E., MELLANDER, J., Hacking detekce a prevence počítačového útoku, Grada, 2005, s. 355, ISBN 8024710358
- [21] KONEČNÝ, M., SEDLÁK, P., Kybernetická (ne)bezpečnosť. Problematika bezpečnosti v kyberprostore, 440 s., 2022, Akademické nakladatelství CERM, ISBN 9788076230682
- [22] Databázy Akademickéj knižnice UK, Centra vedecko-technických informácií SR.
- [23] OLŠOVSKÁ, A. a kol. Kolektívne pracovné právo. Bratislava: Friedrich Ebert Stiftung, zastúpenie v SR, 2014, 390 s.
- [24] TOMAN, J. Individuálne pracovné právo. Všeobecné ustanovenia a pracovná zmluva. Bratislava: Friedrich Ebert Stiftung, zastúpenie v SR, 2014, 390 s.
- [25] TOMAN, J. Individuálne pracovné právo II. Pracovný čas, dovolenka, prekážky v práci a mzda. Bratislava: Friedrich Ebert Stiftung, zastúpenie v SR, 2015, 363 s.
- [26] TOMAN, J. Individuálne pracovné právo III. Sociálna politika zamestnávateľa, pracovné podmienky niektorých skupín zamestnancov, dohody o prácach vykonávaných mimo pracovného pomeru. Bratislava: Friedrich Ebert Stiftung, zastúpenie v SR, 2016, 335 s.
- [27] ŽUĽOVÁ, J. a kol. Rekonceptualizácia predmetu regulácie pracovného práva. Univerzita P. J. Šafárika v Košiciach, 2015, 252 s.
- [28] VALENTOVÁ, T., ŽUĽOVÁ, J., ŠVEC, M., Nové pravidlá ochrany osobných údajov - podľa nového zákona o ochrane osobných údajov a nariadenia GDPR, 2018 Wolters Kluwer, ISBN: 978-80-8168-792-1
- [29] HUDECOVÁ, I., CYPRICHOVÁ A., MAKATURA I., Nariadenie o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov - GDPR Veľký komentár, ISBN9788081550775, s. 700, Eurokódex
- [30] WHITE, J., Principles of Payment Systems (Concise Hornbook Series), ISBN: 9781683285281, s.700, 2019

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 18							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
44,44	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	5,56
Vyučujúci: JUDr. Filip Petrínek, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 09.02.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 454

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
81,28	0,0	11,67	4,41	0,44	0,0	2,2	0,0

Vyučujúci: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, doc. PhDr. Lukáš Copuš, PhD., prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD., doc. PhDr. Marian Šuplata, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., prof. Mgr. Dagmar Cagáňová, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 16.09.2021

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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 podnikových procesov Identifikovanie a popísanie procesov, definovanie procesných atribútov. 5. Modelovanie podnikových 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. ARIS - základné informácie a postupy.

Postupy a princípy práce s procesným nástrojom ARIS express.

8. ARIS - model procesu a procesné štandardy.

Štandardy modelovania procesov, vizualizácia procesov.

9. ARIS - ďalšie modely a ich využitie.

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

10. Procesná analýza a optimalizácia.

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.

Procesný manažment v podnikoch na Slovensku.

13. Zhrnutie semestra

Zhrnutie predmetu.

Odporúčaná literatúra:

[1] PAPULOVÁ, Z. – PAPULA, J. – GAŽOVÁ, A. 2022. Procesný manažment: Analýzy, modelovanie, implementácia. 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: 705

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
31,91	0,0	25,11	19,01	11,06	8,37	3,97	0,57

Vyučujúci: doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 19.02.2024

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: Priebežné hodnotenie sa skladá z tímového vyriešenia 4 zadaných prípadových štúdií počas semestra. Každý člen tímu musí aktívne participovať na vyriešení zadaných prípadových štúdií. Každý výsledok štúdie musí byť odprezentovaný členmi tímu. Členovia tímu dostanú bodové hodnotenie od vyučujúceho, ktoré bude distribuovať vedúci tímu na základe výkonnosti jednotlivých členov tímu. Vyučujúci má právo zmeniť bodové hodnotenie členov tímu. Počas skúškového obdobia dostane na skúške každý tím zadanie vo forme prípadovej štúdie, ktorej zadanie bude potrebné vyriešiť do stanoveného limitu (štandardne 2 hodiny). V tomto limite bude potrebné pripraviť aj formu prezentácie výsledkov zistení. Po skončení času je potrebné jednotlivé výsledky prezentovať (štandardne 1 hodina). Pri záverečnom hodnotení sa bude sledovať participácia jednotlivých členov na plnení úloh, príprava prezentácie výsledkov a následná prezentácia výsledkov zistení. Na finálne hodnotenie má taktiež vplyv odborné vyjadrovanie členov tímu, prístup k problematike, prezentačné schopnosti členov tímu a samotné výsledky. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je objasniť zložitosť a rozsah problémov pri riešení business 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 problémov 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. Verejné obstarávanie, register partnerov verejného sektora 10. Prípadové štúdie 11. Prípadové štúdie 12. Záver a vyhodnotenie							
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., ŽUŤOVÁ, 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 [9] Grant, Robert M., Contemporary strategy analysis - 10th edition. WILEY. 2018. ISBN: 978-1-119-49572-7 [8] 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/ . [9] Ďalšie zdroje budú priebežne dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 33							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
96,97	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,03
Vyučujúci: Ing. Marián Mikolášik							
Dátum poslednej zmeny: 06.10.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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	
Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta - doplňujúce informácie Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: prednáška/seminár, kombinovaná metóda Počet kreditov: 6 Odporúčaný semester štúdia: 4 Stupeň štúdia: 2. stupeň Podmieňujúce predmety: -	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: min. počet bodov – 60 (priebežné+záverečné hodnotenie) Pribežné hodnotenie za semester: max.25bodov d.ú.+max25 bodov seminárna práca: • 25% - spracovanie a odprezentovanie zadaných čiastkových D.Ú. na každej hodine • 25% vypracovanie seminárnej práce na zadanú tému v dvojiciach + jej 5 min. odprezentovanie počas semestra. Seminárku je potrebné odovzdať aj v písomnej forme najneskôr do konca apríla. Záverečné hodnotenie: max. 50% - písomný test Váha priebežného/záverečného hodnotenia: 50/50. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50 / 50	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Predmet poskytuje ucelené základné teoretické poznatky z oblasti manažérskych schopností a zručností, upriamených na soft skills potrebných pri manažérskej práci. Keďže komunikácia je jadrom interpersonálnych interakcií, budeme jej venovať primárnu pozornosť (so zameraním na komunikačné zručnosti pri komunikácii s jednotlivcom, tímom, pri vedení porady či pri prezentácii odbornej problematiky, firmy či seba samého). Ozrejmene budú i špecifiká komunikácie v multikultúrnom prostredí, význam a chyby percepcie v interakciách, skupinová dynamika.	

Obsah predmetu sa okrem teoretických poznatkov (2hP) zameriava i na rozvíjanie samotných zručností vo vyššie uvedených oblastiach formou participatívnych cvičení, hrania rol, prežívania, diskusií....Praktickým nácvikom (2hS) študenti ľahšie transformujú naučené poznatky do praxe, uvedomia si ako ich ovplyvňujú percepčné chyby v interakciách s ľuďmi, aké najčastejšie bariéry efektívnej komunikácie vnímajú u seba a iných, zdokonalia svoje prezentačné zručnosti, budú schopní efektívnejšie komunikovať nielen na úrovni manažéra, ale i s podriadenými, poznajú význam spôsobu poskytovania motivačnej a konštruktívnej SV, zdokonalia si schopnosti komunikovať informácie v jednosmernej i dvojsmernej forme- spoznajú ich výhody a nevýhody ako i svoje silné a slabé stránky či môžu zefektívniť kooperáciu v skupine/ tíme. Uvedené má predpoklad vytvoriť bázu pre efektívne vedenie ľudí.

Stručná osnova predmetu:

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod – organizácia predmetu, cieľ, význam, základné východiská...
2. Problematika sebapoznania a poznania iných + cvičenia.
3. Percepcia a jej bariéry (u seba a iných) – ako determinujú tieto bariéry interpersonálne interakcie, komunikáciu, hodnotenie ...+ cvičenia.
4. Verbálna a neverbálna komunikácia a jej význam + interkultúrne špecifiká + cvičenia (ja v komunikačnom procese, iní v komunikačnom procese- analýzy reálnych situácií).
5. Komunikácia v organizácii – typy, prostriedky, spôsob komunikovania, verbálna a neverbálna komunikácia, osobnostné charakteristiky a štýl komunikovania.
6. Komunikačné zručnosti – SV a schopnosť ju poskytovať, aktívne počúvanie, identifikovanie nedostatkov u seba a v okolí + cvičenia SV i aktívneho počúvania.
7. Analýza komunikácie vo svojej organizácii – možnosti zlepšenia, prekážky, zručnosti, formy,...
8. Rozhovor a jeho efektívne vedenie – typy rozhovoru, kladenie otázok, ako sa počúvame + nácvik vedenia rozhovoru.
9. Asertivita v správaní + špecifiká asertívnej/neasertívnej komunikácie, manipulácia v interakciách + cvičenia.
10. Skupinová dynamika – predpoklady efektívneho fungovania v teórii i praxi.
11. Empatia v komunikácii – + cvičenie, Efektívne vedenie porady – zásady a prekážky + cvičenie -analýza reálnej porady.
12. – 14. Prezentačné schopnosti – teoretická rovina (príprava prezentácie, príprava miestnosti a zariadenia, poznanie publika, vlastná prezentácia – verbálna a neverbálna rovina) + nácvik a odprezentovanie vybranej témy každým študentom.

Test v skúškovom období

Odporúčaná literatúra:

Odporúčaná literatúra:

- [1] [1] SULÍKOVÁ, R. 2012. Psychológia pre manažérov. Bratislava: Kartprint.
- [2] Vybrané kap. z: RUDY A KOL. 2013. Organizačné správanie, MV- Wissenschaft.
- [3] Prednášky
- [4] KHELEROVÁ, V. 1999. Komunikační a obchodní dovednosti manažéra. Praha: Grada Publishing, 1999.
- [5] NOVÁK, T. – CAPPONI, V. 2004. Asertivně do života. Praha: Grada Publishing.
- [6] NOVÁK, T. – CAPPONI, V. 2012. Asertivně do života. Praha: Grada Publishing -E-kniha
- [7] THILL, J. V. – BOVEÉ, C. L. 2012. Business Communication Essentials. New Jersey: Pearson.
- [8] WHETTEN, D. A. – CAMERON, K. S. 2016. Developing Management Skills. New York: Pearson.

[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

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: 64

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
23,44	0,0	29,69	14,06	14,06	9,38	6,25	3,13

Vyučujúci: doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.02.2024

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 94

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
72,34	0,0	7,45	8,51	0,0	1,06	2,13	8,51

Vyučujúci: Mgr. Lucia Kočišová, Mgr. Vladimír Hrček, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., doc. Ing. Andrej Miklošík, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 26.02.2024

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FMFI-FM.KIS/2-MMN-136/12	Názov predmetu: Spracovanie dát pre manažment a marketing (data mining I)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2., 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety: FMFI.KMANM/2-MMN-138/18 - Viacrozmerné metódy v manažmente (SAS)	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Viacrozmerné štatistické metódy v manažmente (SAS) - hlavne logistická regresia	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: Test (resp. projekt) v SAS EM podľa pokynov učiteľa Skúška: Záverečný test (projekt) v SAS EM podľa pokynov učiteľa Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je oboznámiť študentov so základnými úlohami v oblasti hĺbkovej analýzy dát (data mining) v teoretickej oblasti a ich praktické zvládnutie v systéme SAS Enterprise Miner, konkrétne s metódami prípravy dát pre hĺbkovú analýzu, s metódami segmentácie, s metódami analýzy nákupného koša a prediktívneho modelovania.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do hĺbkovej analýzy dát (data mining) – základné pojmy a definície, SEMMA metodológia, úvod do práce v SAS Enterprise Miner, tvorba projektov, resp. procesných diagramov, klasifikácia uzlov (nodes). •Príprava dát pre modelovanie – nahradzovanie chýbajúcich hodnôt (Imputation, Replacement), distribučná analýza premenných, transformácia premenných pre vstup do modelov. •Metódy klasifikácie a segmentácie - zhuková analýza, metóda k-priemerov (k-means clustering), segmentácia zákazníkov. •Analýza nákupného koša – asociačná analýza, sekvenčná analýza, analýza nákupného koša. Úvod do prediktívneho modelovania (priamy data mining) – základné pojmy, druhy prediktívnych modelov. •Prediktívne modelovanie pomocou rozhodovacích stromov – úvod do rozhodovacích stromov, druhy rozhodovacích stromov, tvorba a interpretácia rozhodovacích stromov, porovnávanie a hodnotenie modelov rozhodovacích stromov.	

- Prediktívne modelovanie pomocou regresných modelov – lineárna a logistická regresia, odhad parametrov regresných modelov a ich interpretácia, metódy výberu premenných do modelu (Forward, Backward, Stepwise).
- Výber premenných do prediktívnych modelov – metódy selekcie premenných a Enterprise Miner (Variable Selection Node).
- Prediktívne modelovanie pomocou neurónových sietí – úvod do problematiky, základné pojmy, neurón, Multilayer Perceptron, tréovanie neurónovej siete, vizualizácia modelov.
- Hodnotenie a implementácia modelov – metódy porovnávania modelov, lift chart, profit chart, ROC chart, kombinovanie modelov, generovanie a použitie skórovacieho kódu.

Odporúčaná literatúra:

1. Berry, M.J.A., Linoff, G.: Data mining Techniques. For Marketing, Sales, and Customer Relationship management. Second Edition. Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, Indiana, 2004
2. Parr Rud, O.: Data mining. Computer Press, Praha, 2001.
3. Materiály SAS: Aplikovaná hĺbková analýza so softvérom SAS Enterprise Miner 5.3
4. Stankovičová I., Vojtková M.: Viacrozmerné štatistické metódy s aplikáciami. IURA EDITION, Bratislava 2007.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 52

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
17,31	0,0	34,62	38,46	5,77	0,0	3,85	0,0

Vyučujúci: doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FMFI-FM.KIS/2-MMN-236/12	Názov predmetu: Spracovanie dát pre manažment a marketing (data mining II)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Viacrozmerné štatistické metódy - hlavne logistická regresia. Spracovanie dát pre manažment a marketing (data mining II.)	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: 100% - Test (resp. projekt) v SAS EM podľa pokynov učiteľa Skúška: Záverečný test (projekt) v SAS EM podľa pokynov učiteľa Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je oboznámiť študentov so základnými úlohami v oblasti tvorby kreditiskóringových modelov v teoretickej oblasti a ich praktické zvládnutie v systéme SAS Enterprise Miner.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do tvorby skórovacích modelov - teória: základné pojmy a definície, teória z oblasti modelovacích metód používaných pre tvorbu skórovacích kariet. Praktický príklad v SAS Enterprise Miner, časť Credit Scoring: 1. príprava údajov pre skórovací model (čo je WOE, uzol Interactive Grouping), 2. tvorba skórovacieho modelu (logistická regresia a interpretácia výsledkov), 3. skórovacia karta ako výsledok skóringového procesu modelovania - použitie a interpretácia.	
Odporúčaná literatúra: Berry, M.J.A., Linoff, G.: Data mining Techniques. For Marketing, Sales, and Customer Relationship management. Second Edition. Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, Indiana, 2004 Parr Rud, O.: Data mining. Computer Press, Praha, 2001. Materiály SAS: Prediktívne modelovanie s použitím softvéru Enterprise Miner 5.3 Materiály SAS: Using Enterprise Miner for Credit Scorecard Design Stankovičová I., Vojtková M.: Viacrozmerné štatistické metódy s aplikáciami. IURA EDITION, Bratislava 2007.	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 33							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
39,39	0,0	51,52	6,06	0,0	0,0	0,0	3,03
Vyučujúci: doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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	
Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta - doplňujúce informácie .	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): .	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - povinná účasť na prednáškach a seminároch, - vypracovanie záverečného projektu, - skúška z predmetu. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: - priebežná 50%, - záverečné 50% Pozn.: 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.	
Výsledky vzdelávania: Naučiť študentov zosúladiť strategické ciele organizácie a informačné systémy na základe konkurenčnej výhody: - Analýza, vývoj a implementácia zameraná na súbor technických a podnikateľských praktík, ktoré zahŕňajú manažment hardvérových a softvérových prostriedkov v rámci organizácie. Spájanie finančných, zmluvných a rizikových zodpovedností za manažment celkového životného cyklu IKT prostriedkov vrátane taktického a strategického rozhodovania. - Rozvoj znalostí potrebných pre manažment IKT prostriedkov a skúmanie, ako zhromažďovať podrobné informácie o IKT prostriedkoch, ktoré sa využijú na rozhodovanie o nákupoch a spôsobe použitia. - Metódy na zníženie nákladov a na riziká spojené s nevedomým budovaním nových IKT projektov na zastaraných (alebo neznámych) infraštruktúrnych základoch. - Efektívne využívanie metadát a elektronických záznamov na sledovanie a kategorizáciu IKT prostriedkov organizácie.	

- Pochopenie, akým otázkam a problémom čelia manažéri alebo používatelia IKT prostriedkov v organizácii a aké riešenia sú k dispozícii.
- Precvičovanie inteligentných rozhodnutí týkajúcich sa IKT prostriedkov, a jednak ako používateľ, o ich účinnom využití.
- Príprava, či už ako používateľa, alebo manažéra, na audit IKT prostriedkov.
- Rozbor problémov, s ktorými manažment zápasí pri nasadzovaní a využívaní IKT prostriedkov v organizácii.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky – tematický plán:

- Čo znamená a zahŕňa manažment IKT prostriedkov.
- Hardvérové prostriedky a ich životný cyklus.
- Softvérové prostriedky a ich životný cyklus.
- Zber a spracovanie dát o IKT prostriedkoch.
- Automatizované rozpoznávanie softvéru.
- Licenčné typy a dodržiavanie licenčných práv.
- IKT prostriedky a meranie ich používania.
- Reportovanie o IKT prostriedkoch a podpora rozhodovania.
- Digitálna transformácia pre manažment IKT prostriedkov.
- Audit IKT prostriedkov.
- Vplyv manažmentu IKT prostriedkov na podnikanie a podporu rozhodovania.

Semináre – tematický plán:

- Príprava a výber tém záverečných skupinových projektov.
- Prezentácia a diskusia k jednotlivým obsahovým častiam záverečných skupinových projektov.
- V rámci aktívnej spolupráce fakulty s praxou účasť na hosťovaných prednáškach s následnou diskusiou k častiam prednášky, ktoré sa týkajú predmetu.

Odporúčaná literatúra:

1. Furda R., Greguš M.: Manažment hardvérových a softvérových prostriedkov. Wolters Kluwer; 2022.
2. Hobbs M.: IT Asset Management: A Pocket Survival Guide by Martyn Hobbs. IT Governance Publishing; 2011.
3. Pabbathi KK.: Guidance for IT Asset Management. ServiceManagers.org, ed.; 2014.
4. Thompson MS.: Practical ITAM: The Essential Guide for IT Asset Managers: Getting Started and Making a Difference in the Field of IT Asset Management. CreateSpace Independent Publishing Platform; 2017.
5. Brown C., et. al: Managing Information Technology. Pearson; 2011.
6. Schwalbe K.: Řízení projektů v IT. Computer Press; 2007.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SK

Poznámky:

.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 121

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
71,9	0,0	14,88	4,13	1,65	0,0	4,13	3,31

Vyučujúci: Ing. Robert Furda, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 21.12.2022
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 39							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
53,85	0,0	12,82	17,95	2,56	0,0	2,56	10,26
Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., prof. Ing. Ján Papula, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 18.09.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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 (40 %), skúška v skúškovom období (60 %). Priebežné hodnotenie počas semestra pozostáva z nasledujúcich častí: • Odovzdanie a prezentácia úlohy č.1 – max. 10 bodov • Odovzdanie a prezentácia úlohy č.2 – max. 15 bodov • Kontrolný test v priebehu semestra – max. 10 bodov • Aktívna účasť na seminároch – max. 5 bodov (overovanie vedomostí nadobudnutých samoštúdiom a z prednášok) 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 %, na získanie hodnotenia B minimálne 81 %, na hodnotenie C minimálne 73 %, na hodnotenie D minimálne 66 % a na hodnotenie E minimálne 60 %. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 %. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40%/60%	
Výsledky vzdelávania: • vedomosti o strategickom myslení, jeho charakteristikách a špecifikách, • pochopenie dôležitosti a významu stratégie a strategického myslenia, prepojenia témy strategického myslenia na súčasnú teóriu manažmentu a podnikateľské prostredie, • poznatky o úspešných stratégiách a stratégiach minulosti, možnosti jeho uplatnenia v súčasnosti, ako i možné dôsledky jeho podceňovania a zanedbávania, • hlbšie pochopenie priebehu ľudského myslenia spolu s poznaním možností na jeho zlepšenie, • prehľad o uplatňovaní strategického myslenia, i v porovnaní s inými typmi myslenia manažérov (predovšetkým mechanickým myslením a intuíciou), • poznatky o možnostiach uplatnenia strategického myslenia v strategickom manažmente.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu 2. Stratégia ako faktor úspešnosti 1 3. Stratégia ako faktor úspešnosti 2	

4. Korene stratégie a stratégovia minulosti 1 5. Korene stratégie a stratégovia minulosti 2 6. Ľudské myslenie ako proces 7. Opakovanie tematického bloku 8. Zdokonaľovanie myslenia 9. Strategické myslenie, jeho podstata a špecifiká 10. Strategické myslenie v teórii a praxi manažmentu 1 11. Strategické myslenie v teórii a praxi manažmentu 2 12. Strategické myslenie v teórii a praxi manažmentu 3 13. Zhrnutie semestra a opakovanie							
Odporúčaná literatúra: [1] PAPULA, JOZEF – PAPULOVÁ, ZUZANA. Strategické myslenie manažérov. Za tajomstvami strategického myslenia. Bratislava: Kartprint 2010. [2] SUN-C'. Umenie vojny (preklad Michaela Kobidová). Bratislava: Lindeni, 2020. [3] SCHMITT, BERND H. Stratégia odvážnych: Ako v strategickom plánovaní využiť kreativitu a silu odvážnych nápadov. Bratislava: Eastone Books, 2010. [4] MAUBOUSSIN, MICHAEL J. Dvakrát meraj: Umenie robiť správne manažérske rozhodnutia a vyvarovať sa drahých chýb. Bratislava: Eastone Books, 2010. [5] BRUCE, ANDY – LANGDON KEN. Strategické myslenie. Bratislava: Slovart 2002.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, alternatívne anglický jazyk, pre štúdium podpornej literatúry							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 734							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
32,15	0,0	29,97	15,8	10,49	8,58	2,45	0,54
Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., Mgr. Dávid Smolka							
Dátum poslednej zmeny: 16.09.2023							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 559

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
15,21	0,0	22,0	22,9	18,78	13,24	1,07	6,8

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

Dátum poslednej zmeny: 16.09.2023

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/077M/16	Názov predmetu: Strategický marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 28 / 28 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Celkové hodnotenie študentiek/študentov pozostáva zo súčtu percent za prezentovaný semestrálny projekt, aktívnu účasť a z percent získaných za skúšku: 1. 40 % priebežné hodnotenie: • aktívna účasť na seminároch (v prípade neospravedlnenej neúčasti alebo nepripravenosti na seminár strata 10 %), • semestrálny projekt na vopred zvolenú a schválenú tému. 2. 60 % záverečné hodnotenie • skúška – písomná forma skúšky. Študentky/študenti si zvolia podnik/organizáciu, posúdia jeho strategické zámery a ciele, budú participovať na analytickom procese a na koncipovaní strategického marketingového plánu (pre vybraný podnik/organizáciu sú vypracované jednotlivé časti semestrálneho projektu). Výstupom semestrálneho projektu je strategický marketingový plán vybraného podniku/organizácie. Semestrálny projekt je vypracovávaný priebežne na jednotlivých seminároch, konkrétne zadanie je dané vždy s jednotýždňovým predstihom na seminári. Semestrálny projekt je komplexne hodnotený vzhľadom na jeho kvalitu, odozvu u pedagóga a spolužiakov. Semestrálny projekt môžu študentky/študenti spracovať v skupinách alebo samostatne. 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. Semestrálnu prácu je potrebné odovzdať elektronicky. Od študentiek/študentov sa očakáva v priebehu semestra nielen aktívna participácia na semestrálnom projekte, prezentácia jednotlivých častí semestrálneho projektu, účasť na seminároch, ale aj zapojenie sa do diskusií na vybrané témy. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe získaného celkového počtu percent/ bodov, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Pomer hodnotenia je 40:60.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť študentkám/študentom teoretické i praktické poznatky o strategickom marketingu, špecifikovať kompetencie, rolu strategického marketingu v podniku, poznatky o koncipovaní strategických marketingových cieľov, koncipovaní strategického marketingového plánu a jeho implementácii a kontrole. Študentky/študenti sa naučia využívať	

rôzne typy strategických marketingových analýz, vyhodnocovať ich, koncipovať ciele a ovplyvňovať interné procesy i externé faktory. Predmet im umožní pochopiť strategické marketingové aktivity na úrovni rôznych podnikov, oboznámiť sa s vybranými metódami a prístupmi, analytickými technikami a koncipovaním alternatív marketingovej stratégie. Zmyslom je viesť strategický marketingový plán zostaviť, posúdiť, manažovať strategické aktivity a vyhodnocovať úspešnosť plánov. Cieľom je tiež naučiť študentky/študentov komplexne - samostatne i v tímoch - riešiť kľúčové otázky strategického marketingu a marketingového plánovania.

Stručná osnova predmetu:

1. Základné pojmy a termíny.

Základné pojmy. Marketing - strategický marketing – strategický manažment. Marketingová stratégia.

Stratégia - vízia - poslanie.

2. Strategický marketing.

Strategické myslenie. Typy stratégií a strategické ciele. Ciele a ich typológia – implementácia cieľov. Lokálne a globálne stratégie. Predpoklady koncipovania strategického marketingového plánu. Obsah strategického marketingového plánu

3. Tvorba marketingovej stratégie.

Homogénny – diverzifikovaný podnik. Plánovanie na úrovni strategických podnikateľských jednotiek. Kompetencie manažmentu. Kompetencie strategických podnikateľských jednotiek. Tvorba strategických marketingových plánov na úrovni strategických podnikateľských jednotiek.

4. Konkurenčné výhody.

Konkurenčné stratégie. Konkurenčné výhody – typológia, základné rozlíšenie. Tvorba nových konkurenčných výhod, inovácie a zmena produktového radu a produktového portfólia.

5. Konkurencieschopnosť podniku.

Konkurencieschopnosť podniku – význam strategických a marketingových cieľov pre tvorbu konkurenčných výhod podniku. Marketingová stratégia. Proces marketingového plánovania. Strategická analýza podniku. Strategická a marketingová situačná analýza. Stratégia modrých a červených oceánov – rozdiely a možnosti využitia.

6. Analýza externého prostredia.

Externé prostredie: mikro a makro prostredie. PESTLE analýza. Faktory interakčného prostredia. Charakteristika odvetvia – hybné sily v odvetví – životný cyklus odvetvia – atraktivita odvetvia. Porterov model piatich síl. Proces vyhodnocovania externých analýz.

7. Analýza interného prostredia.

Analýza konkurencieschopnosti podniku. Vybrané nástroje a metódy. Plánovanie a hodnotenie konkurenčnej pozície. Strategické skupiny v odvetví. Vzťahy s konkurenciou.

8. Špecifické metódy strategickej marketingovej analýzy.

Analytický proces. Strategické marketingové analýzy a analýzy funkčných oblastí podniku. Vybrané metódy strategickej marketingovej analýzy. Analýza potrieb a spokojnosti zákazníkov. Metódy využiteľné pri vstupe/prieniku na zahraničné trhy.

9. Portfóliové analýzy.

Analýzy produktového portfólia: BCG matica, matica životného cyklu. Analýza portfólia strategických podnikateľských jednotiek a portfólia značiek: matica GE (General Electric). Analýza strategickej pozície.

Možnosti vytvárania synergických efektov v portfóliu. Strategická výhoda.

10. Benchmarking a brainstorming.

Benchmarking ako proces. Benchmarking ako metóda/nástroj strategickej marketingovej analýzy. Typy a formy benchmarkingu – využitie. Výhody a nevýhody benchmarkingu. Úspešný a neúspešný benchmarking. Brainstorming. Využitie brainstormingu pri koncipovaní stratégie.

11. Tvorba strategického marketingového plánu.

Obsah, tvorba, verifikácia, implementácia a kontrola strategického marketingového plánu. Organizačné usporiadanie a začlenenie marketingových aktivít. Cenová a distribučná stratégia. Dôvody a možnosti modifikácie.

12. Marketingová stratégia.

Komunikačná politika a stratégia. Marketingový audit. Rastová, stabilizačná a útlmová marketingová stratégia. Krízová marketingová stratégia: reakcia na alternatívne podnety, reakcia na krízu i ekonomický rast, zmena marketingovej politiky.

13. Implementácia a kontrola.

Implementácia marketingového plánu: časový harmonogram, zdroje na implementáciu. Úspešná a neúspešná implementácia. Kontrolné mechanizmy a zmenové faktory.

Odporúčaná literatúra:

[1] Horáková, H.: Strategický marketing. Praha: Grada Publishing. 2005. ISBN 80-247-0447-1

[2] Jakubíková, D.: Strategický marketing, stratégie a trendy. Praha: Grada Publishing. 2008. ISBN 978-80-247-4670-8

[3] Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T.: Marketing Management. Harlow: Pearson Education Limited. 2012

[4] Drumond, G., Ensor, J., Ashford, R.: Strategic marketing, planning and control.

Oxford. 2002. ISBN 978-0756-8271-8. Dostupné na: [http://books.google.sk/books?](http://books.google.sk/books?id=WrmLizZH3RoC&printsec=frontcover&dq=strategic)

[id=WrmLizZH3RoC&printsec=](http://books.google.sk/books?id=WrmLizZH3RoC&printsec=frontcover&dq=strategic)

[frontcover&dq=strategic](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](http://books.google.sk/books?id=WrmLizZH3RoC&printsec=frontcover&dq=strategic)

[5] Wilson, R. M. S., Gilligan, C.: Strategic marketing management – planning, implementation and control. Oxford. 2005. ISBN 0-7506-5938-6. Dostupné na:

<http://books.google.sk/books?id=bvv-zibROUC&printsec=frontcover&dq=strategic>

[+marketing&hl=en&sa=X&ei=noNjU7HyNOvB7AalloHICA&redir_esc=y#v=onepage&q=strategic%20marketing&f=false](http://books.google.sk/books?id=bvv-zibROUC&printsec=frontcover&dq=strategic)

[6] Lesáková, D.: Strategický marketing. Bratislava: Sprint. 2007

[7] Dudinská E, Budajová, G., Budaj, P.: Analýzy v marketingovom plánovaní. Poprad. 2006.

Vydavateľstvo Michala Vaška

[8] Chebeň, J.: Strategický marketingový plán. Bratislava: Ekonóm. 2009

[9] Chernev, A.: Strategic marketing management. Northwestern University. 2012. ISBN 978-1-936572-15-1

[10] Brennan, R., Baines, P., Garneau, P., Vos, L.: Contemporary strategic marketing. Hampshire. Palgrave MacMillan. 2008. ISBN – 978-0-230-50720-3

[11] Strategic international marketing an advanced perspective (ed. by Melewar, T. C., Gupta, S.). Brunel. Palgrave MacMillan. 2012. ISBN 978-0-230-58024-4

[12] Smolková, E., Smolka, S.: Strategický marketing - cesta k ovplyvňovaniu spotrebiteľského správania. Univerzita Komenského, Bratislava. 2021. ISBN 978-80-223-5329-8

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk

Poznámky:

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

V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 14/2023 schváleného Akademickým senátom Univerzity Komenského v Bratislave Úplné znenie predpisu č. 23/2021 Vnútorný systém zabezpečovania kvality vysokoškolského vzdelávania Univerzity Komenského v Bratislave v znení Dodatku č. 1 a Dodatku č. 2, každá/každý študentka/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. Podľa závažnosti porušenia etických pravidiel dekan rozhodne o ďalšom postupe, najmä uplatnením príslušných právnych dôsledkov v akademickej, (...) alebo 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 študentke/študentovi niektoré z disciplinárnych opatrení: pokarhanie, podmienené vylúčenie zo štúdia alebo vylúčenie zo štúdia.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 317

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
32,49	0,0	22,08	20,82	13,25	7,26	2,84	1,26

Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 18.02.2024

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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:

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.

V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 14/2023 schváleného Akademickým senátom Univerzity Komenského v Bratislave Úplné znenie predpisu č. 23/2021 Vnútorný systém zabezpečovania kvality vysokoškolského vzdelávania Univerzity Komenského v Bratislave v znení Dodatku č. 1 a Dodatku č. 2, 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 tohto ustanovenia môžu byť posúdené ako porušenie povinností vyplývajúcich z právnych predpisov,

(...). S takýmto posúdením môže byť spojené uplatnenie príslušných právnych dôsledkov v akademickej, (...) alebo 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: 199

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
27,14	0,0	36,68	22,61	6,03	2,51	2,51	2,51

Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Mgr. Natália Vančíšinová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 19.02.2024

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: I., II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 100% Spracovanie semestrálnej práce - prípadovej štúdie Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Poskytnúť študentom 4. a 5. ročníka FMUK možnosť nadobudnúť poznatky z oblasti súčasných trendov v praxi manažmentu na príklade spoločnosti Slovnaft, a.s.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. Podnikanie v rafinérskom odvetví – špecifiká a trendy. 2. Slovnaft a jeho odpoveď na odvetvové a globálne výzvy 3. Rafinéria I – Výzvy manažmentu vo výrobnnej spoločnosti 4. Rafinéria II – Riadenie výrobných procesov 5. Logistika Moderné manažovanie BOZP 6. Finančné riadenie spoločnosti I 7. Finančné riadenie spoločnosti II 8. Obchod 9. Maloobchod – Riadenie maloobchodu v čase krízy 10. Základné pravidlá hospodárskej súťaže 11. Čo je jednoduchšie, hovoriť ku zamestnancom alebo novinárom? O podobách a rozdieloch v internej a externej komunikácii v strategicky významnom podniku. 12. Riadenie ľudských zdrojov I – Personalistika vs Riadenie LZ 13. Riadenie ľudských zdrojov II – Talent Manažment	
Odporúčaná literatúra: Firemné materiály spoločnosti Slovnaft a.s.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský a anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 598							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
84,62	0,0	6,69	2,51	1,51	0,67	3,34	0,67
Vyučujúci: prof. Ing. Ján Rudy, PhD., doc. Mgr. Jana Fratričová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 29.11.2017							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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. 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 rozdielneho 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 trhové 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: 14 <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>35,71</td><td>0,0</td><td>35,71</td><td>21,43</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>7,14</td></tr> </table>								A	ABS	B	C	D	E	FX	M	35,71	0,0	35,71	21,43	0,0	0,0	0,0	7,14
A	ABS	B	C	D	E	FX	M																
35,71	0,0	35,71	21,43	0,0	0,0	0,0	7,14																
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Maroš Bobulský, PhD.																							
Dátum poslednej zmeny: 09.10.2023																							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.																							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 12

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
75,0	0,0	8,33	0,0	0,0	0,0	8,33	8,33

Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 09.10.2023

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023	
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: 12							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
50,0	0,0	33,33	0,0	8,33	0,0	8,33	0,0
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Dominika Sónak Ballová							
Dátum poslednej zmeny: 16.02.2024							
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KIS/072M/00			Názov predmetu: Viacrozmerné metódy v manažmente (SAS)				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 28 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Štatistika a Štatistické metódy							
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 0/100							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu: 1.DATA krok v systéme SAS - vytváranie SAS-dátových súborov importom a v programovom režime, modifikácia SAS-dátového súboru, spájanie a delenie SAS-dátových súborov, formáty premenných v SAS-dátových súboroch a transformácie premenných. 2.Logistická regresia. 4.Metódy viacrozmerného porovnávania – metóda poradí, metóda bodovacia, metóda vzdialenosti od fiktívneho objektu 5.Analýza hlavných komponentov (PCA). 6.Zhluková analýza – hierarchické metódy. 7.Zhluková analýza – nehierarchické metódy. 8.Faktorová analýza.							
Odporúčaná literatúra: I. Stankovičová - M. Vojtková: Viacrozmerné štatistické metódy s aplikáciami. IURA EDITION. Bratislava 2007. Subhash Sharma: Applied Multivariate Techniques. John Wiley & Sons, Inc. 1996.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 93							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
46,24	0,0	33,33	17,2	1,08	0,0	2,15	0,0

Vyučujúci: doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD., Mgr. Tadeáš Chujac, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 02.06.2015
Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.