

Informačné listy predmetov

OBSAH

1. 090ME/21	Aplikovaný marketing.....	3
2. 283ME/21	Audítorstvo.....	4
3. 278ME/21	Business Intelligence.....	6
4. 281ME/21	Dáta, znalosti a rozhodovanie.....	7
5. 113ME/21	Digitálne marketingové inovácie.....	9
6. 085ME/21	Digitálny marketing.....	12
7. 012ME/21	Diplomový projekt.....	14
8. 21ME/21	Diplomový seminár I.....	19
9. 22ME/21	Diplomový seminár II.....	22
10. 23ME/21	Diplomový seminár III.....	25
11. 277ME/21	E-Business a E-Marketing.....	28
12. 054ME/21	Efektívne systémy odmeňovania.....	30
13. 280ME/21	Finančné trhy a inštitúcie.....	33
14. 281ME/21	Finančné účtovníctvo a dane.....	35
15. 275ME/21	Finančný manažment.....	37
16. 045ME/21	Hodnotový manažment a podnikateľské riziká v MSP.....	39
17. 062ME/21	Intelektuálny kapitál a inovácie.....	42
18. 102ME/21	Intrapreneurship.....	44
19. 054ME/21	Investičné analýzy.....	46
20. 007ME/21	Komunikácia v manažmente.....	47
21. 091ME/21	Komunikácia v manažmente a v marketingu.....	50
22. 280ME/21	Kybernetická bezpečnosť a etický hacking.....	54
23. 0024ME/21	Manažérska štatistika.....	56
24. 008ME/21	Manažérske rozhodovanie.....	58
25. 282ME/21	Manažérske účtovníctvo.....	61
26. 275ME/21	Manažment informačných systémov.....	63
27. 276ME/21	Manažment projektov.....	65
28. 084ME/21	Marketing manažment.....	68
29. 089ME/21	Marketingová analytika a vizualizácia dát.....	71
30. 027ME/21	Marketingový výskum.....	73
31. 088ME/21	Marketing vo vyhľadávacích nástrojoch.....	76
32. 077ME/21	Medzinárodné financie.....	78
33. 025ME/21	Medzinárodný manažment ľudských zdrojov.....	80
34. 032ME/21	Medzinárodný marketing.....	83
35. 279ME/21	Modelovanie ekonomických procesov.....	85
36. 05M/21	Obhajoba diplomovej práce (štátnicový predmet).....	86
37. 300ME/21	Oceňovanie podnikov.....	88
38. 086ME/21	Online marketingové nástroje a aplikácie.....	90
39. 053ME/21	Organizačné kultúry – európske špecifiká.....	93
40. 041ME/21	Organizačné správanie.....	96
41. 051ME/21	Podnikateľská etika.....	99
42. 010ME/21	Prax.....	102
43. 022ME/21	Procesný manažment.....	104
44. 046ME/21	Riadenie vzťahov so zákazníkmi.....	106
45. 274ME/21	Riešenie reálnych business problémov - prípadové štúdie.....	108
46. 042ME/21	Rozvoj manažérskych zručností.....	110
47. 087ME/21	Sociálne siete a obsahový marketing.....	113

48. 045ME/21	Spotrebiteľské správanie.....	115
49. 271ME/21	Správa ochrany informácií.....	117
50. 279ME/21	Stratégia organizácie v IKT.....	119
51. 040ME/21	Strategické myslenie a stratégie.....	121
52. 099ME/21	Strategický manažment.....	123
53. 076ME/21	Strategický marketing.....	125
54. 055ME/21	Stratégie a financovanie New Ventures.....	129
55. 010ME/21	Vedenie ľudí.....	132
56. 081ME/21	Znalostný manažment.....	135

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Akademický rok: 2022/2023							
Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave							
Fakulta: Fakulta managementu							
Kód predmetu: FM.KMk/090ME/21				Názov predmetu: Aplikovaný marketing			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 23							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
34,78	0,0	47,83	4,35	0,0	4,35	8,7	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., Mgr. Vladimír Hrček, PhD., Mgr. František Olšavský, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
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/283ME/21	Názov predmetu: Audítorstvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Finančné účtovníctvo	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. test - 40 minútový test 20% 2. 1 – Vybraný ISQC alebo ISA standard spracovať 30% 3. Final test 50 % Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 30%, 20%/ 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: 1. Audítorstvo – ciele a právna úprava audítorstva, zodpovednosť audítora a etika v audítorskej činnosti 2. Správa audítora 3. Audítorske postupy - Audítorske postupy pred uzatvorením zákazky,	

audítorske postupy po uzatvorení zákazky 4. Audit a výpočtová technika 5. Obsah a forma účtovnej závierky a výročnej správy 6. Audit súvahy 7. Audit výkazu ziskov a strát 8. Audit výkazu peňažných tokov 9. Audit výročnej správy 10. Spis audítora 11. Audítorske dôkazné informácie 12. Dokumentácia jednotlivých fáz procesu auditu 13. Interný audit, Audit kvality Ekologický audit, Vnútorná 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: 38							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
65,79	0,0	23,68	5,26	0,0	0,0	2,63	2,63
Vyučujúci: prof. RNDr. Darina Saxunová, 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.KIS/278ME/21			Názov predmetu: Business Intelligence				
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 59							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
62,71	0,0	16,95	3,39	1,69	3,39	10,17	1,69
Vyučujúci: RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
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/281ME/21	Názov predmetu: Dáta, znalosti a rozhodovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
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 (navýšenie rozsahu projektu proporcionálne počtu študentov v tíme). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Aktivita na stretnutiach 20% Domáce úlohy 20% Projekt 60% Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40 / 60	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní tohto kurzu: - Výber a uplatnenie rôznych techník rozhodovania; - Výber, spracovanie a vyhodnotenie rôznych typov údajov, ktoré sa majú použiť pri rozhodovaní; - Použitie preskriptívnych a deskriptívnych metód na získanie obhájitelných záverov, založených na údajoch; - Použitie vhodných štatistických metód na riešenie rozhodovacích problémov; - Spracovanie, analýza a vizualizácia údajov použitím MS Excel; - Oboznámenie s rôznymi systémovými IT riešeniami pre zber, spracovanie, ukladanie údajov a prípravu podkladov pre rozhodovanie; - Kritické vyhodnotenie analýzy údajov a vypracovanie stratégie na optimalizáciu rozhodovacieho procesu, či samotného rozhodnutia.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do rozhodovania, metódy, techniky a spôsoby rozhodovania; Úvod do znalostného manažmentu; IT systémy pre zber, spracovanie, ukladanie, získavanie a vizualizáciu údajov; Charakteristika, spracovanie údajov, návrh, validita a vizualizácia údajov, štatistické spracovanie údajov (pravdepodobnosť, testovanie hypotéz, regresia, korelácia, analýza chýb); Stratégia vizualizácie a analýz;	
Odporúčaná literatúra:	

Existuje množstvo voľne dostupných textov a online zdrojov informácií o rozhodovaní, štatistických technikách a údajových nástrojoch. Pretože potreby a záujmy každého študenta sa líšia, žiadny z nich nie je výslovne požadovaný, avšak nasledovne sú vymenované niektoré, ktoré môžu pomôcť pri absolvovaní tohto predmetu. [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 [8] HyperStat Online Statistics Textbook - <http://davidmlane.com/hyperstat/> [9] Rice Virtual Lab in Statistics - <http://onlinestatbook.com/rvls.html> [10] Online Statistics Education: An Interactive Multimedia Course of Study - <http://onlinestatbook.com/2/index.html> [11] Statistics to Use - <http://www.physics.csbsju.edu/stats/> [12] Statistica's StatSoft Electronic Statistics Textbook <http://www.statsoftinc.com/> [13] Web interface for statistical education at Claremont Graduate School <http://wise.cgu.edu/tutor.asp> [14] PARSONS, J.J. OJA, D. AGELOFF, R. & CAREY, P. New Perspectives on Microsoft Excel 2010: Comprehensive SPSS Tutorials [15] SPSS On-Line Training Workshop <http://calcnnet.mth.cmich.edu/org/spss/toc.htm> [16] Resources to help you learn and use SPSS <http://www.ats.ucla.edu/stat/spss/> [17] SPSS Tools and Tips <http://www.spsstools.net/> [18] IBM SPSS Guides <http://www.norusis.com/index.php> [19] Wolfram Mathematica Tutorials <http://library.wolfram.com/infocenter/Books/8501/> [20] VARIAN, H.: Computational Economics and Finance Modeling and Analysis with Mathematica. Springer, 1996. ISBN 978-03-879-4518-7 [21] WOLFRAM, S. 2015. An Elementary Introduction to the Wolfram Language. <http://www.wolfram.com/language/elementary-introduction/preface.html> <http://www.wolfram.com/learningcenter/tutorialcollection/>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 47

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
65,96	0,0	6,38	6,38	2,13	4,26	14,89	0,0

Vyučujúci: PhDr. Ing. Monika Dávideková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 10.10.2021

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.KMk/113ME/21	Názov predmetu: Digitálne marketingové inovácie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Digitálny marketing	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Celkové hodnotenie študentov pozostáva z nasledovného súčtu percent: - aktívna účasť na konzultáciách, vypracúvanie priebežných zadaní na konzultáciách (60 percent - online forma), - písomná skúška (40 percent - online forma). 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 komplexnú bázu informácií týkajúcu sa skutočnosti, že akceptovaním digitálnej trendov v modernom marketingu môžu organizácie zisťovať, definovať a spresňovať nové a novovznikajúce potreby a túžby zákazníkov a vytvárať pre nich jedinečné a vzrušujúce zážitky. Mobilné siete, smartfóny, počítačová technika, 3D tlač radikálne zmenili spôsob, akým zákazníci komunikujú. Všetky tieto zariadenia nielenže zohrávajú dôležitú úlohu v kolektívnej spotrebe informácií, ale tiež vytvárajú rastúci objem nových informácií. Kombináciou ukazovateľov hodnotiacich výkonnosť marketingového systému ako takého so všadeprítomnosťou mobilných telefónov, majú organizácie možnosť poskytovať bohaté údaje v danom mieste, so správnym kontextom, a to všetko na základe používateľských preferencií a správania.	
Stručná osnova predmetu: 1. Základné otázky marketingu inovácií. 2. Faktory úspechu ako informačný základ pre marketing inovácií. 3. Vývoj stratégií pre marketing inovácií.	

4. Význam zapojenia zákazníka do inovačných procesov vo vzťahu k digitálnym inováciám a tzv. retro-inováciám.
5. Marketingové aktivity cielené na súčasného ("online") spotrebiteľa a jeho paradoxy.
6. Ukazovatele marketingovej produktivity vo väzbe na inovácie jednotlivých marketingových nástrojov.
7. Voľba správnych distribučných a komunikačných kanálov.
8. Zvyšovanie predaja v online prostredí prostredníctvom inovácií.
9. Trendy v tvorbe obsahu.

Odporúčaná literatúra:

- [1] BACKEN, D. 2016. Digital Marketing Innovations: New Concepts in Digital Marketing. Createspace Independent Pub, 2016, 800 p. ISBN 978-1533592118
- [2] DODSON, I. 2016. The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns. Wiley, 2016, 400 p. ISBN 978-1119265702
- [3] KOTLER, P. – KARTAJAYA, H. – SETIAWAN, I. 2016. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley, 2016, 208 p. ISBN 978-1119341208
- [4] TROMMSDORFF, V. - STEINHOFF, F. 2009. Marketing inovací. Praha : C. H. Beck, 2009, 291 s. ISBN 978-80-7400-092-8
- [5] 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/>.
- [6] 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:

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. 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 študentovi niektoré z disciplinárnych opatrení: pokarhanie, podmienené vylúčenie zo štúdia alebo vylúčenie zo štúdia.

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 74							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
71,62	0,0	8,11	9,46	2,7	1,35	6,76	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD.							
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.KMk/085ME/21	Názov predmetu: Digitálny marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (40 percent), skúška v skúškovom období (60 percent). • Priebežné hodnotenie: aktívna účasť na výučbe, absolvovanie písomného testu – 20 percent. • Semestrálny projekt – aplikácia získaných teoretických znalostí na vybranú organizáciu – 20 percent. • Záverečné hodnotenie – písomný test (60 percent). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Priebežné hodnotenie za semester (40 percent), skúška v skúškovom období (60 percent). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
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-informacnezdroje/>.
- [12] Ďalšie zdroje budú priebežne doplňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 51

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
37,25	0,0	31,37	11,76	3,92	5,88	9,8	0,0

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

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/012ME/21	Názov predmetu: Diplomový projekt
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5., 6..	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Diplomový seminár I, Diplomový seminár II, Diplomový seminár III	
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 Ekonómia 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: 346

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
46,82	0,0	21,39	12,43	5,2	2,6	11,56	0,0

Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., Mgr. Eleonóra Beňová, PhD., Mgr. Maroš Bobulský, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Ing. Miloslav Chalupka, PhD., doc. PhDr. Lukáš Copuš, PhD., Mgr. Soňa Dávideková, MPH, PhD., doc. Ing. Milan Fekete, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD., doc. Mgr. Veronika Gežík, PhD., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD., doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD., Ing. Jaroslav Huľvej, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD., Mgr. Petronela Klačanská, PhD., doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., doc. Mgr. Lucia Kohnová, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, PhD., prof. Ing. Natalia Kryvinska, PhD., Ing. Rastislav Kulháněk, PhD., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD., doc. PhDr. Daniela Majerčáková, PhD., MBA, doc. PhDr. Paulína Mihaľová, PhD., doc. Ing. Andrej Miklošík, PhD., Mgr. Juraj Mikuš, PhD., Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD., Mgr. Magdaléna Musilová, PhD., LL.M., Mgr. František Olšavský, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., prof. Ing. Jozef Papula, PhD., prof. Ing. Ján Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Mário Papík, PhD., Mgr. Lenka Papíková, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., Mgr. Lucia Paškrťová, PhD., Mgr. Martin Pažický, PhD., doc. JUDr. PhDr. Tomáš Peráček, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Michaela Poláková, PhD., Mgr. Lenka Procházková, PhD., Mgr. Michal Páleník, PhD., Mgr. Peter Pšenák, PhD., prof. PhDr. Anna Remišová, CSc., Mgr. Katarína Rentková, PhD., prof. Ing. Ján Rudy, PhD., prof. RNDr. Darina Saxunová, PhD., doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD., doc. Ing. Zuzana Stoličná, PhD., doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD., Mgr. Rita Szalai, PhD., doc. JUDr. PhDr. Silvia Treľová, PhD., Ing. Vladimír Valach, PhD., CFA, MBA, Mgr. Katarína Vechter Močarníková, PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., Mgr. Martin Vozár, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Ing. Robert Furda, PhD., prof. Mgr. Dagmar Cagáňová, PhD., Ing. Natália Horňáková, PhD., JUDr. Ing. Jana Barjaková, Mgr. Natália Barteková, Mike Blankenberg, Peter Heinrich Bresges, Mgr. Pavel Dániel, Thomas Werner Gunter Ernst, Mgr. Adam Goldberger, PhD., Oliver Haas, Heiko Hector, Martin Hübner, Mgr. Dana Chabová, Matthias Jablonski, Mgr. Bojan Jorgič, Simon Philipp Matthias Kempf, Mgr. Lucia Klapáčová, Mgr. Monika Kleinová, Michael Max Konrad, Thomas Kottmann, Martin Kühn, Jonas Laforce, Jürgen Lange, PhDr. Peter Málach, PhD., MBA, Mgr. Valeriia Maljar, Mgr. Vladimír Mariak, PhD., Johannes Molnar, PaedDr. Lenka Môcová, Carl Sven Thomas Mues, PhD., PhDr. Peter Nováček, PhD., Manuel Oster, M.Sc., Mgr. Emilie Perrin, Jonas Michael Ralph Pfeffer, PhDr. Loretta Pinke, PhD., Hans Presulli, PhD., Michal Peter Przewlocki, MBA, Gerda Maria Theresa Schmahl, PhD., Ing. Brigita Schmognerová, CSc., Patrick Schütz, Abdulgafur Sinani, Jörg Aloisius Sträßer, Mgr. art. Ladislav Šipeky, Mgr. Dániel Tóth, Ing. Vladimír Vánik, Mgr. Lukáš Veteška, PhD., Khadijeh Abdollahi, Mgr. Boshra Khalifa Mohamed Ahmed, Ing. Peter Balco, PhD., Ing. Vladimír Borský, PaedDr. Jarmila Brtková, PhD., PhDr. Ondrej Čupka, PhD., PhDr. Ing. Monika Dávideková, PhD., Mgr. Martin Dovičák, PhD., Udo Alfred Ernst, Christian Fauska, Mgr. Ester Federlová, Ing. Solomiia Fedushko, PhD., Mgr. Miriam Filipová, Christian Fischer, Friederikos Fotis, Andreas Gebhardt, Ing. Pavol Gono,

Mgr. Lumbardha Hasimi, Christoph Hofer, Mgr. Tadeáš Chujac, PhD., Ammar Jamal, Ing. Alica Kačmariková, Jeremy Julien Keppel, Mgr. Juraj Klimo, Tobias Knayer, RNDr. Eva Kostrecová, PhD., RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD., Mgr. Martin Krajčík, PhD., Alexander Krieger, Mgr. Tomáš Kuchár, PhD., MUDr. Ján Lakota, CSc., Mgr. Jana Leginusová, Mgr. Tomáš Lovecký, Antje Lüersmann, Mgr. Ema Majerovičová, Ing. Ivan Makatura, PaedDr. Dana Mašlejová, Mgr. Alexandra Mittelman, PhD., MBA, Andreas Mladenow, PhD., Mgr. Ladislav Mokus, Mgr. František Müller, Mgr. Sharon Cheron Murgor, Mgr. Branislav Nedbálek, Alexander Neubaur, Phuong Ngoc Nguyen-Hadi Khorsand, Stefan Alfred Odenbach-Wanner, Mgr. Miroslav Odložilík, PhDr. Peter Ondris, PhD., PaedDr. Lucia Ondrušová, PaedDr. Mikuláš Ortutay, Ümit Güfte Peköz, JUDr. Filip Petrínek, PhD., Mgr. Monika Pikus, PhDr. Ing. Vratislav Pokorný, MBA, Mgr. Júlia Raábová, PhD., Ing. Martina Repíková, Sascha Rudolf Seehaus, MSc. Peter Seidner, Mgr. Július Selecký, PhD., Olena Shlyakhetko, PhD., Holger Scheppelmann, Mgr. Stela Slámová, JUDr. Walter Späth, PhD., Mgr. Andrea Studeničová, Mgr. Miloš Šajbidor, Ing. Igor Šarlina, PhD., MSc. Lucia Šepel'ová, PhD., Mgr. Zuzana Tenglerová, PharmDr. Katarína Uchaľ, PhD., Martin Wallner, Mgr. Ľudmila Žalkovičová, Mgr. Dominika Sónak Ballová, Fabian Biersack, Mgr. Veronika Bučková, Ing. Ivo Doležal, PhD., Faik Giese, Ing. Martina Chrančoková, PhD., Ing. Iryna Ivanochko, PhD., doc. RNDr. Jana Kalická, PhD., Mgr. Kitty Klacsánová, PhD., Mgr. Natália Klempaiová, Mgr. Dávid Kubek, Mgr. Lukáš Kurínek, Ing. Daniel Kurucz, Mgr. Branislav Novotný, PhD., Nico Robin Schuster, Mgr. Peter Struk, PhD., Ing. Andrej Viceník, Agnes Ildiko Wittrich, PhD., Lukas Bernfried Bruns, PhD., Tobias Lothar Büttner, Vlastimír Čobrda, PhD., Tina Ellmann, Mgr. Lucia Ferenčáková, PhDr. Ján Ganobčík, Besim Erdem Günes Hasltreiter-Yilmaz, PhD., Mgr. Martina Chujacová, PhD., Bernhard Dietrich Koczian, Mgr. Lucia Kočišová, Jakub Maciej Koprek, Bernhard Alexander Krah, PhD., Ing. Andrej Matta, Mgr. Nataliia Parkhomenko, PhD., PhDr. Ing. Miroslav Reiter, Tanja Rosenbaum, Philipp Seuser, Mgr. PhDr. Livia Bott Domonkos, PhD., Mgr. Eva Brestovanská, PhD., doc. Dr. Frédéric Delaneuville, PhD., Mgr. Branislav Dudić, PhD., Mgr. Olivier Dumontel, doc. Mgr. Emília Charfaoui, CSc., Ing. Žaneta Lacová, PhD., doc. Ing. Jana Marasová, PhD., Ing. Marián Mikolášik, doc. Mgr. Petra Milošovičová, PhD., prof. JUDr. Daniela Nováčková, PhD., Mgr. Veronika Rosinská, doc. PhDr. Marian Šuplata, PhD., Bettina Wedig-Vössing, doc. Ing. Jarmila Wefersová, PhD., Mgr. Linda Zummerová, PhD., Melanie Angielsky, Matthias Bender, PhD., Jens Berger, PhDr. JUDr. Branislav Borecký, Jens Eilers, Jakob Enns, Nathalie Andrea Frähmcke, Marco Habbaba, Tobias Häfner, Norbert Hettstedt, Janko Hraško, Jan Friedrich Huckenbeck, Torsten Huschbeck, Ing. Mgr. Juraj Chebeň, PhD., Frauke Kempner, PhD., Jürgen König, Sebastian Mader, doc. Mgr. Peter Madzík, PhD., Mgr. Dominika Miklášová, Frank Miller, Eric Neuenfeldt, Nadja Pade, Tobias Roth, Jens Schröder, Ing. Ivan Skaloš, Mgr. Monika Vojteková, Jürgen Eduard Weltermann, Alexander Helmut Bernhard Wick, Marcel Valéry Wöll, Jan Zeiler, Tim Ziegenhardt, Mgr. Alexandra Barok, PhD., Daniel Baumann, Harald Max Georg Behrschmidt, Abdurrahman Bekar, Benjamin Bendel, PhDr. Karol Bližňák, Andreas Britsche, Fabian Broszat, Sebastian Buzendahl, PhD., Mgr. Yuliia Fedorova, PhD., Nina Katharina Gogoll, Sandro Graf, Ingo Lothar Haase, Constantin Benedict Hoffmann, Christian Horres, Melanie Jablonski, PhDr. Oskar Karlík, PhD., Steffen Axel Kähne, Tarek Isam Yousef Khatib, Jürgen Klausmann, Georgios Kokkinis, Christian Korge, Maximilian Kuster, Markus Jan Löher, Mgr. Nadia Mtchedlidze, Johannes Neumann, Mgr. Dávid Paculík, Stephan Pritzl, Johannes Wilhelm Regner, Mgr. Ján Rehák, PhD., Marc Reinhardt, Stefan Rezepa, Samet Sezgin, Norman Ruben Tom-Patrick Scherer, Oliver Schneider, Andrej Schneider, Jochen Schwenk, Tobias Alexander Sick, Mgr. Dávid Smolka, David Städter, Mgr. Diana Suchánková, Mgr. Norbert Súkeník, PhDr. Dominik Šteffko, Mgr. Dominik Trubač, Mgr. Mirka Uhnak, PhD., Uwe Horst Wilhelm Volkmann, Kilian Axel Georg Weih, Lars Christopher Wester

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/21ME/21	Názov predmetu: Diplomový seminár I
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
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: 267

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
18,73	0,0	23,22	21,35	12,73	6,74	17,23	0,0

Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniiová, PhD., Mgr. Ľudmila Mitková, PhD., doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., doc. PhDr. Paulína Mihaľová, PhD., Mgr. Magdaléna Musilová, PhD., LL.M., Mgr. Michal Pálení, 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. Rita Szalai, PhD., Mgr. Martin Vozár, PhD., Mgr. Peter Pšenák, PhD., doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Ing. Vladimír Valach, PhD., CFA, MBA, Mgr. Katarína Vechter Močarníková, PhD., Ing. Martina Chrančoková, PhD., Mgr. Kitty Klacsánová, PhD., doc. Ing. Mgr. Urban Kováč, 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/22ME/21	Názov predmetu: Diplomový seminár II
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
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.	
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.	
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: 287

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
39,02	0,0	16,38	10,45	2,09	3,83	28,22	0,0

Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniiová, 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., 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. 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., prof. Ing. Jozef Papula, PhD., prof. Ing. Ján Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, 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. JUDr. PhDr. Silvia Treľová, 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/23ME/21	Názov predmetu: Diplomový seminár III
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
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 poznatkov potrebnú pre spracovanie empirickej časti diplomovej práce spracovanej v rámci štúdia v študijnom odbore Ekonómia a manažment.	
Stručná osnova predmetu: 1. Ohraničenie skúmaného problému diplomovej práce. 2. Voľba metodického prístupu k téme diplomovej práce – kvalitatívny výskum vs. kvantitatívny výskum, primárny vs. sekundárny výskum. Ciele a úlohy výskumu. Plán výskumu. Realizácia výskumu. 3. Etika výskumu. 4. Naplnenie jednotlivých častí osnovy diplomovej práce z preštudovaných materiálov a zrealizovaného výskumu. Doplnenie o vlastné poznatky a výsledky rešpektujúc kritické myslenie. 5. 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: 394							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
36,04	0,0	16,24	10,66	6,09	7,87	23,1	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., prof. Ing. Ján Papula, PhD., doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., prof. Ing. Ján Rudy, PhD., 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., doc. Ing. Iveta Stankovičová, PhD., Ing. Mgr. Juraj Chebeň, PhD., Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., doc. Ing. Andrej Miklošík, PhD., prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Mgr. Jozef Metke, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., Mgr. František Olšavský, PhD., doc. Mgr. Lucia Kohnová, PhD., prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., Mgr. Juliet Horváthová Suleimanová, PhD., Mgr. Michaela Poláková, PhD., Ing. Robert Furda, PhD., doc. Ing. Milan Fekete, PhD., Ing. Ľubomír Šidelský, PhD., Mgr. Andrea Gažová, PhD., Mgr. Petronela Klačanská, PhD., Mgr. Juraj Mikuš, PhD., Mgr. Miloš Mrva, PhD., doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD., PhDr. Matúš Baráth, PhD., Mgr. Eleonóra Beňová, PhD., Ing. Miloslav Chalupka, PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, PhD., Mgr. Vincent Karovič, PhD., JUDr. Boris Mucha, PhD., PhDr. Peter Veselý, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD., doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD., doc. Mgr. Petra Milošovičová, PhD., doc. PhDr. René Pawera, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD., doc. PhDr. Marian Holienka, PhD., Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., prof. Ing. Jozef Papula, 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., Ing. Vladimír Valach, PhD., CFA, MBA, Mgr. Katarína Vechter Močarníková, PhD., doc. PhDr. Lukáš Copuš, PhD., doc. Mgr. Peter Madzík, PhD., doc. JUDr. PhDr. Silvia Treľová, 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/277ME/21	Názov predmetu: E-Business a E-Marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Odovzdanie projektu: - tvorba e-shopu - tvorba e-marketingovej stratégie 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 Jason Fried David, Heinemeier Hansson: Reštart Byron Sharp: Jak se budují značky Dan Ariely: Ako drahé je zdarma	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	

slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 89							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
40,45	0,0	31,46	10,11	7,87	0,0	10,11	0,0
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., PhDr. Ing. Miroslav Reiter							
Dátum poslednej zmeny: 15.10.2021							
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.KMn/054ME/21	Názov predmetu: Efektívne systémy odmeňovania
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta - doplňujúce informácie povinne voliteľný predmet (blok MLZ) kombinovaná metóda prednáška – online forma seminár – online forma, konzultácia – online forma (cez MS Teams) 6ECTS kreditov	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Manažment, Personálny manažment, Organizačné správanie	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (40 %): spracovaný seminárny projekt, resp. za zadanie prípadovej štúdie (30%) a aktívna účasť na seminároch (10%). Záverečné hodnotenie (skúška, písomný test) v skúškovom období (60%). 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 40%:(30%) prípadová štúdia/písomné zadanie a aktívna účasť(10%)Záverečné hodnotenie:(60%) písomná skúškaVáha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia so základmi tvorby systémov odmeňovania, mzdovými faktormi, metódami hodnotenia a oceňovania práce, so mzdovými systémami a ich formami. Počas semestra získajú vedomosti a zručnosti o tvorbe strategického systému odmeňovania, pochopia princípy stanovenie jednotlivých foriem odmeňovania pre rôzne kategórie zamestnancov, porovnávať ich 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.Introduction to the course.Podstata systému odmeňovania.
- 2.Mzdový systém (peňažná a nepenažná forma odmeňovania). Mzdový model
- 3.Stratégia odmeňovania, prepojenie podnikateľskej stratégie na odmeňovanie
- 4.Vnútna rovnováha systému odmeňovania, vnútorná mzdová štruktúra.
- 5.Vonkajšia konkurencia schopnosť, stanovenie mzdových úrovní, stanovenie relevantného trhu.
- 6.Formy odmeňovania.
- 7.Vzťah odmeňovania a motivácie.
- 8.Zamestnanecké výhody.
- 9.Úloha štátu, odborov, administrácia systému odmeňovania.
- 10.Medzinárodné odmeňovanie.

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] NEWMAN, J.M., GERHART, B., MILKOVICH, G.T. 2017. Compensation. McGraw-HILL. 12th Edition.
- [4] 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->

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 16/2017 Smernica rektora Univerzity Komenského v Bratislave Úplné znenie vnútorného predpisu č. 23/2016 Smernice rektora Univerzity Komenského v Bratislave, ktorou sa vydáva Etický kódex Univerzity Komenského v Bratislave v znení dodatku č. 1, každý študent počas štúdia svoje študijné výsledky dosahuje vždy len poctivým spôsobom; nepodvádza a nepoužíva nečestné postupy počas akejkoľvek formy overovania jeho študijných poznatkov a vedomostí. Prípady porušenia Etického kódexu UK môžu byť posúdené ako porušenie povinností vyplývajúcich z právnych predpisov, (...). S takýmto posúdením môže byť spojené uplatnenie príslušných právnych dôsledkov v akademickej, (...) disciplinárnej rovine.

V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 13/2018 schváleného Akademickým senátom Univerzity Komenského v Bratislave Disciplinárny poriadok Univerzity Komenského v Bratislave pre študentov, disciplinárnym priestupkom študenta je akákoľvek forma odpisovania alebo 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: 50							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
38,0	0,0	44,0	16,0	0,0	0,0	0,0	2,0
Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajzíková, 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.KEF/280ME/21	Názov predmetu: Finančné trhy a inštitúcie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
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 (písomný test / 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. Hrvoľová, B. a kolektív. Analýza finančných trhov. Wolters Kluwer, 2015. ISBN 978-80-7478-948-9
5. Stephen G. Cecchetti, Kermit L. Schoenholtz. Money, Banking, and Financial Markets. McGraw-Hill Education, 2017. ISBN 978-1-259-92225-1

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský, anglický.

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 28

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
78,57	0,0	3,57	0,0	0,0	0,0	17,86	0,0

Vyučujúci: Mgr. Katarína Rentková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.09.2021

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/281ME/21	Názov predmetu: Finančné účtovníctvo a dane
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Základy účtovníctva a Postupy účtovania pre podnikateľov	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. 2 prípadové štúdie 2. 1 priebežný test 3. Záverečná skúška Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 20%, 25%/ 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 trhovú ukazovateľ	

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. Doplnková: 3. KIMMEL, WEYGHANDT, KIESO - Accounting Tools for Business Decision Making 4.1. Bojňanský, J. a kol.: Dane podnikateľských subjektov, 2010, VES SPU 5. Široký, J.: Dane v Európskej únii. 6. www.ifrs.org							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský a anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 42							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
16,67	0,0	26,19	9,52	16,67	14,29	16,67	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., prof. RNDr. Darina Saxunová, 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.KEF/275ME/21	Názov predmetu: Finančný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Očakáva sa, že študenti budú schopní porozumieť nasledujúcim témam: model oceňovania kapitálových aktív (CAPM), výpočet súčasnej a budúcej hodnoty, oceňovanie dlhopisov, teória SML, finančná analýza, komparatívna a trendová analýza, dividendový diskontný model (DDM), Vážená priemerná cena kapitálu (WACC) a oceňovanie projektov (NPV, IRR, MIRR, PP) a základnej teórii podnikových kapitálových štruktúr.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Účast' na seminároch, samostatná práca študenta počas semestra, aktívne sledovanie vývoja na vybraných finančných trhoch, priebežné testovanie, záverečný test. Priebežné hodnotenie na seminároch pozostáva z nasledovných častí: - spracovanie prezentácie v tíme na tému z oblasti oceňovania aktív (MAX 5%), - vypracovanie domácich úloh zadaných počas semestra (MAX 10%), - účasť na seminároch a aktivita počas semestra (MAX 15%), - priebežné testovanie počas semestra (MAX 20%). Záverečné hodnotenie: - záverečný písomný test (MAX 50%). Podmienkou na absolvovanie predmetu je získanie minimálne 60% z celkového hodnotenia. Podmienkou na absolvovanie seminárov je získanie minimálne 25% z hodnotenia seminárov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50% / 50%	
Výsledky vzdelávania: Predmet prehľbuje znalosti zo základov finančného manažmentu. Kladie dôraz na úlohu finančného manažéra pri rozhodovaní o tvorbe optimálnej kapitálovej štruktúry podniku, na výnosnosť a rizikovosť v kapitálovom rozpočtovaní, na vybrané problémy riadenia a kontroly jednotlivých zdrojov dlhodobého a krátkodobého financovania spoločnosti a na manažment obežného majetku. Študent by po absolvovaní predmetu mal byť schopný porozumieť nástrojom, ktoré sa používajú pri analýze firemného rizika a mal by byť schopný vypočítať a určiť fundamentálnu hodnotu podniku. Študent by mal byť ďalej schopný porozumieť pokročilým otázkam súvisiacim s využitím konceptu CAPM v praxi a s používaním konceptov riadenia pracovného kapitálu v podnikových financiách.	

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

Stručná osnova predmetu:

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

Odporúčaná literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Učebnica (odporúčaná literatúra 2.) je k dispozícii v knižnici FMUK. Táto učebnica by mala slúžiť ako hlavné čítanie. Túto učebnicu je tiež možné zakúpiť online (napr. na Amazon.com).

Príslušné kapitoly sú uvedené v príslušných Sylaboch. Kurz bude obsahovať niekoľko prípadových štúdií poskytovaných vo forme praktických príkladov v MS Excel. Budú k dispozícii na stiahnutie z fakultného cloudového riešenia na MS Teams. Príklady majú študentom dopomôcť porozumieť učebným materiálom a pripraviť ich na skúšku a skutočný svet financií. Riešenia príkladov budú prediskutované na hodine.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 239

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
39,75	0,0	24,27	11,72	10,46	8,79	5,02	0,0

Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD., prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 21.09.2021

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/045ME/21	Názov predmetu: Hodnotový manažment a podnikateľské riziká v MSP
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Finančný manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (90 percent), skúška v skúškovom období (10 percent). • 40 percent – midterm kontrola. • 40 percent – druhá etapa projektu. • 10 percent – aktivita na seminároch. • 10 percent – ústna skúška. Počas semestra budú študenti priebežne pracovať každý na vlastnom projekte s tým, že v rámci midterm kontroly môžu získať 40 percent, za druhú etapu projektu 40 percent, aktivita na seminároch 10 percent, ústna skúška 10 percent. Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent.	
Výsledky vzdelávania: Študenti absolvovaním predmetu získajú teoretické poznatky, spoznajú najnovšie trendy a praktické skúsenosti z oblasti hodnotového manažmentu malých a stredných firiem ako aj ich podnikateľských rizík. Tieto poznatky si utvrdia praktickou aplikáciou modelového postupu na podmienky konkrétnej malej alebo strednej firmy tak, aby boli schopní pochopiť postup strategického riadenia jej vnútornej hodnoty ako aj dopad podnikateľských rizík na hodnotu tohto typu firiem. Výučba tohto predmetu takisto umožní študentom integrované pochopenie riadenia a to z pohľadu najmä strategického a finančného riadenia. Študenti ďalej získajú celkový obraz o systémoch riadenia hodnoty MSP v rôznych štádiách ekonomického cyklu. Pomocou modelového nástroja (toolkit v.xls) získajú schopnosť zvládnuť komplexné riešenie problematiky na praktickej úrovni a byť tak pripravení pôsobiť ako manažéri alebo vlastníci malého alebo stredného podniku v náročnom turbulentnom prostredí.	

Stručná osnova predmetu:

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

Odporúčaná literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk							
Poznámky: Samoštúdium je podporené e-learningovou formou.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 48							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
4,17	0,0	27,08	22,92	8,33	16,67	20,83	0,0
Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Juraj Mikuš, 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.KSP/062ME/21	Názov predmetu: Intelektuálny kapitál a inovácie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie pozostáva z nasledujúcich častí: (1) aktívna účasť 10%, (2) semestrálny projekt 40%, (3) skúška 50%. Celkové hodnotenie sa riadi platným hodnotiacim systémom FM UK: A = 91-100%; B = 81-90%; C = 73-80%; D = 66-72%; E = 65-60%; F = 0-59% bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
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. Intelektuálny kapitál a inovácie 3. Modely intelektuálneho kapitálu 4. Analýza intelektuálneho kapitálu, metodika InCaS 5. Strategický manažment inovácií 6. Stratégia otvorených inovácií 7. Organizácia a metódy inovácií 8. Znalostný manažment	
Odporúčaná literatúra: [1] ADAMS, M., OLEKSAK, M. Intangible Capital: Putting Knowledge to Work in the 21st-Century Organization. Santa Barbara: Praeger, 2010. ISBN 978-0-313-38074-7. [2] ROOS, G., PIKE, S., FERNSTRÖM, L. Managing Intellectual Capital in Practice. Oxford: Elsevier, 2005. ISBN 0-7506-7940-9. [3] INCAS CONSORTIUM. InCaS: Intellectual Capital Statement: European ICS Guideline. [4] BUREŠ, V. Znalostní management a proces jeho zavádění. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-1978-8.	

[5] BARTÁK, J. Od znalostí k inovacím. Praha: Alfa, 2008. ISBN 8087197035.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky: Základnou komunikačnou platformou je MS Teams, v ktorom prebieha online vyučovanie, distribúcia učebných materiálov a odovzdávanie študentských prác. Názov tímu: FMUK_Intelektuálny kapitál_externí_2023/2024. Kód tímu: skv7mgq.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 52							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
50,0	0,0	23,08	13,46	5,77	1,92	5,77	0,0
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.09.2023							
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/102ME/21	Názov predmetu: Intrapreneurship
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester a skúška: • Semestrálny projekt 75% (1. milestone 25%, 2. milestone 25%, 3. milestone 25%) • Skúška 25% 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: 75/25	
Výsledky vzdelávania: Predmet rozvíja znalosti, zručnosti a techniky intrapodnikania (anglicky Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, Corporate Venture) ako účinného nástroja manažmentu organizácií pre dosahovanie konkurenčnej výhody a biznis úspechu v súčasnom turbulentne sa meniacom prostredí a poukazuje na význam a metódy aplikované v intrapreneurshipe. 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: 1. Úvod do predmetu – definícia intrapreneurshipu. Charakteristika rozdielov medzi podnikaním a podnikaním v rámci organizácií. Závislé a nezávislé podnikanie. Význam a dôvody intrapreneurshipu v rámci etablovaných organizácií 2. Podnikanie a intrapreneurship – rozdiel medzi start-up podnikateľským procesom a intrapreneurshipom	

3. Typológia intrapreneurshipu – interný a externý intrapreneurship; disperzný a fokusný intrapreneurship, inkrementálny a radikálny intrapreneurship
4. Individuálny pohľad na intrapreneurship – podnikateľské charakteristiky zamestnancov ako podnikateľov
5. Úvod do dizajnu hodnotových ponúk
6. Biznis model Canvas a dizajn hodnotových ponúk
7. Zákaznícky profil – podstata a nástroje jeho tvorby
8. Hodnotová mapa – podstata a nástroje jeho tvorby
9. Zosúladenie zákazníckeho profilu a hodnotovej mapy – podstata a nástroje
10. Zavedenie Intrapreneurshipu – experiment merania a zavedenia intrapreneurshipu v rámci malých a stredných firiem; validácia podnikateľských nápadov

Odporúčaná literatúra:

- [1] PILKOVÁ, A. a kol. Podnikanie na Slovensku: vysoká aktivita, nízke rozvojové aspirácie. Bratislava: Univerzita Komenského, 2012. ISBN 978-80-223-2823-4. (s. 40 - 43).
- [2] PILKOVÁ, A. a kol. Podnikanie na Slovensku: nadpriemerná podnikateľská aktivita v podpriemernom podnikateľskom prostredí. Bratislava: Univerzita Komenského, 2013. ISBN 978-80-223-3481-5. (s. 57 - 61).
- [3] PILKOVÁ, A. a kol. Podnikanie na Slovensku: Aktivita, prostredie a vybrané druhy podnikania. Bratislava: Univerzita Komenského, 2019. ISBN 978-80-223-4746-4. (s. 39 - 46).
- [4] OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y., BERNARDA, G., SMITH, A. Vydělávejte svými nápady. Brno: BizBooks, 2016. ISBN 978-80-265-0452-8.
- [5] OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y., BERNARDA, G., SMITH, A. Value Proposition Design. Hoboken, New Jersey: Wiley, 2014. ISBN 978-1-118-96805-5.
- [6] ČELLÁR, S. Intrapreneurship v gastronomických prevádzkach. Diplomová práca. Bratislava: Fakulta managementu UK, 2019.
- [7] 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:

Základnou komunikačnou platformou je MS Teams, v ktorom prebieha online vyučovanie, distribúcia učebných materiálov a odovzdávanie študentských prác. Názov tímu: FMUK_Intrapreneurship_externí_2023/2024. Kód tímu: rn3nhkp.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 40

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
27,5	0,0	42,5	20,0	5,0	0,0	5,0	0,0

Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Juraj Mikuš, PhD., Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.09.2023

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/054ME/21				Názov predmetu: Investičné analýzy			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 27							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
62,96	0,0	14,81	3,7	3,7	0,0	11,11	3,7
Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
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/007ME/21	Názov predmetu: Komunikácia v manažmente
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta - doplňujúce informácie PVP predmet , seminár – online forma, externé štúdium 6 ECTS kreditov	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester. • 20% - spracovanie a odprezentovanie zadaných čiastkových D.Ú. v dohodnutom čase • 40% - prezentačné zručnosti – 8 min. prezentácia vybranej témy (video nahrávka v prípade on line výuky) so zakomponovaním poznatkov z VK a NK. Záverečné hodnotenie: • 40% - vypracovanie a odprezentovanie analýzy v zadanej problematike v dohodnutom čase v závere semestra. Váha priebežného/záverečného hodnotenia: 60/40. Aktívna participácia na hodinách. Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent v rámci celého hodnotenia (priebežne a záverečná skúška). 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: 60 % – priebežné 40 % – záverečná skúška na konci semestra/projekt.

Výsledky vzdelávania:

Predmet poskytuje ucelené základné poznatky z oblasti komunikácie v manažmente v mono i multikultúrnom prostredí. Obsah predmetu sa zameriava na rozvíjanie teoretických poznatkov ako i zručností v oblasti manažérskej komunikácie. Praktickým nácvikom študenti, poznajú najčastejšie bariéry efektívnej komunikácie, čím budú schopní efektívnejšie komunikovať nielen na úrovni manažéra, dosiahnu zefektívnenie svojich prezentačných zručností, spôsobu poskytovania SV, prácu v tíme. Participatívne metódy práce v rámci predmetu podporia rozvoj vlastnej osobnosti ako predpokladu pre efektívne interpersonálne interakcie a rozvoj sebapoznania, získajú predpoklady pre efektívne vedenie porád, budú schopní analyzovať danú problematiku v praxi ako i podávať návrhy na zlepšenie.

Stručná osnova predmetu:

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod – cieľ, význam, základné východiská, aplikácia v praxi - príklady
2. Komunikácia v organizácii – typy, prostriedky, spôsob komunikovania, verbálna a neverbálna komunikácia, Osobnostné charakteristiky a štýl komunikovania
3. Komunikačné zručnosti – SV a schopnosť ju poskytovať, aktívne počúvanie, identifikovanie nedostatkov u seba a v okolí – bariéry efektívnej komunikácie.
4. Analýza komunikácie vo svojej organizácii – možnosti zlepšenia, prekážky...
5. Rozhovor a jeho efektívne vedenie – typy rozhovoru, kladenie otázok, ako sa počúvame, komunikácia v tíme - cv.
6. Asertivita v komunikácii – aktívne, pasívne a agresívne komunikovanie, prejavy vo verbálnej a neverbálnej oblasti – cv.
7. Percepcia a jej význam v komunikačnom procese, identifikácia percepčných chýb u seba a iných, sebaopoznanie - cv. – “horúca stolička”. Ako sa poznáme/ako nás poznajú- “Johari windows”.
8. Empatia v komunikácii– identifikácia úrovne u seba a iných.
9. Efektívne vedenie porady – zásady a prekážky, nácvik vedenia porady.
10. Interkultúrne špecifiká v komunikačnom procese – príklady, kultúrne diferencie a ich dôsledky v komunikačnom procese.
11. – 12. Prezentačné schopnosti – príprava prezentácie, príprava miestnosti a zariadenia, poznanie publika, vlastná prezentácia – verbálna a neverbálna rovina, nácvik a odprezentovanie vybranej témy.

Odporúčaná literatúra:

Odporúčaná literatúra:

- [1] SULÍKOVÁ, R. 2012. Psychológia pre manažérov. Bratislava : Kartprint, 2012.

- [2] KHELEROVÁ, V. 1999. Komunikační a obchodní dovednosti manažera. Praha : Grada Publishing, 1999.
- [3] NOVÁK, T. – CAPPONI, V. 2004. Asertivně do života. Praha : Grada Publishing, 2004.
- [4] NOVÁK, T. – CAPPONI, V. 2012. Asertivně do života. Praha : Grada Publishing, 2012, -E-kniha
- [5] THILL, J. V. – BOVEÉ, C. L. 2012. Business Communication Essentials. New Jersey : Pearson, 2012.
- [6] WHETTEN, D. A. – CAMERON, K. S. 2016. Developing Management Skills. New York : Pearson, 2016
- [7] 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/>.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský j.

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: 78

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
16,67	0,0	25,64	21,79	15,38	11,54	7,69	1,28

Vyučujúci: doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD.

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.KMk/091ME/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: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	
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: Počas skúškového 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. Efektivita komunikácie je závislá na komunikačných nástrojoch a ich využívaní, čo však vyžaduje znalosti z oblasti komunikácie v rôznych typoch organizácií s rôznym pôsobením – na národnej či nadnárodnej úrovni. Interkultúrna komunikácia vyžaduje ďalšie komunikačné zručnosti a schopnosti. Cieľom predmetu je preto získať základné vedomosti z oblasti manažérskej komunikácie a, samozrejme, aj schopnosti a zručnosti efektívne komunikovať v rôznych typoch podnikov a organizácií, získať prezentačné spôsobilosti. Okrem získania teoretických poznatkov je predmet zameraný prakticky na využitie komunikačných nástrojov a techník v manažmente.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do teórie komunikácie	

Vymedzenie komunikácie a komunikačného procesu, etapy vývoja 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 hovorcu. Špecifiká komunikácia v rôznych typoch inštitúcií a organizácií.

3. Podniková komunikácia

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

4. Multikultúrna komunikácia

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

5. Komunikačné nástroje

Vnútropodnikové komunikačné nástroje, klasifikácia. Funkcie komunikačných nástrojov v systéme riadenia z aspektu 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 vytvoria väčšie tímy tak, aby bolo možné modelovať rôzne situácie.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 36							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
44,44	0,0	19,44	25,0	5,56	0,0	5,56	0,0
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.KIS/280ME/21	Názov predmetu: Kybernetická bezpečnosť a etický hacking
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Online prezentácia na vybranú tému. Študent odprezentuje svoju seminárnu prácu vytvorenú v MS Power point alebo iný prezentačný nástroj - online cez MS Teams alebo inú dohodnutú platformu. (40% celkového hodnotenia) Študent vypracuje seminárnu prácu v MS Word na vybranú tému po dohode s vyučujúcim. (60% celkového hodnotenia) Termíny odovzdávania seminárnych prác budú stanovené počas online výučby po dohode so študentami. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je objasniť zložitost' a rozsah problému zabezpečenia systémov pre spracovanie údajov a poskytovanie informácií s dôrazom na úlohu manažéra v procese budovania a prevádzkovania takýchto systémov. Po úspešnom absolvovaní budú študenti ovládať základy IT bezpečnosti a budú schopní testovať bezpečnosť IS / IKT a vo firme, uplatňovať princípy IS / IT a informačnej bezpečnosti vo svojej manažérskej činnosti na pozíciách v rámci IT i mimo IT a pôsobiť v oblasti systému riadenia informačnej bezpečnosti vo firme v rôznych fázach vývoja životného cyklu informačného systému vo všetkých manažérskych pozíciách.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do etického hackingu a základy kybernetickej bezpečnosti 2. Nástroje a techniky v etickom hackingu 3. Manažment bezpečnosti a sociálne inžinierstvo 4. Praktické aspekty a prezentácie študentov	
Odporúčaná literatúra: [1]. Vincent, Karovič, 2022. Počítačové siete pre manažérov. Vysokoškolská učebnica, Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave. ISBN 978-80-223-5461-5. [2]. MEYERS, Mike, 2015. CompTIA Network+ All-In-One Exam Guide, Sixth Edition. 6 edition. New York: McGraw-Hill Education. ISBN 978-0-07-184822-0.	

- [3]. RODRIGUEZ, Jonathan, 2015. Fundamentals of 5G Mobile Networks. 1 edition. Chichester, West Sussex, United Kingdom: Wiley. ISBN 978-1-118-86752-5
- [4] BEAVER, Kevin. Hacking For Dummies. 7th edition. vyd. Hoboken: For Dummies, 2022. ISBN 978-1-119-87219-1.
- [5] GUPTA, Brij B. et al. eds. Handbook of Computer Networks and Cyber Security: Principles and Paradigms. 1st ed. 2020 edition. vyd. Cham: Springer, 2020. ISBN 978-3-030-22276-5.
- [6] <https://owasp.org/>
- [7] <https://github.com/OWASP>
- [8] OWASP. Category:OWASP -2023,Top Ten Project - OWASP. Dostupné na internete: https://www.owasp.org/index.php/Category:OWASP_Top_Ten_Project

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 24

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
41,67	0,0	25,0	12,5	8,33	4,17	8,33	0,0

Vyučujúci: Mgr. Vincent Karovič, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 11.02.2024

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.KKM/0024ME/21	Názov predmetu: Manažérska štatistika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 0	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je priebežné. Študenti vypracujú test za 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 MS Excel alebo IBM SPSS alebo R. Študent sa naučí používať štatistické metódy pri analýze reálnych štatistických dát.	
Stručná osnova predmetu: Prezentovanie a vizualizácia údajov, deskriptívna štatistika, práca s údajmi, čistenie údajov. Bodové a intervalové odhady parametrov, formulovanie a testovanie štatistických hypotéz o priemere. ANOVA Regresná analýza, využitie regresnej analýzy v určení trendu časových radov.	
Odporúčaná literatúra: 1. Anděl, J.: Štatistické metódy. MatfyzPress, Praha, 1998 2. Cipra, T. : Analýza časových rad s aplikaciami 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. Rublíková, E.: Analýza časových radov. IURA EDITION, Bratislava 2007, resp. E. Rublíková: Prognostická štatistika (skriptá) 8. Hindls, R., Hronová, S., Seger, J. Štatistika pro ekonomy. Profesionla publishing, Praha, 2002. 9. Interaktívna učebnica (česká): http://badame.vse.cz/iastat/ 10. 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: Predmet bude vyučovaný on-line prostredníctvom MS Teams s kódom c218lxp. Študenti zadajú tento kód pre sprístupnenie on-line nahrávok predmetu.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 105							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
9,52	0,0	35,24	20,95	12,38	8,57	13,33	0,0
Vyučujúci: doc. RNDr. Mária Bohdalová, PhD., Mgr. Peter Pšenák, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 27.10.2023							
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/008ME/21	Názov predmetu: Manažérske rozhodovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
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.

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 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 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: 60							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
30,0	0,0	35,0	11,67	6,67	6,67	6,67	3,33
Vyučujúci: Mgr. Peter Gál, PhD., prof. Ing. Jozef Papula, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 11.02.2022							
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/282ME/21	Názov predmetu: Manažérske účtovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Základy účtovníctva	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. 3 minipřípadové štúdie 2. 1 priebežný kvíz 3. záverečná písomná skúška Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 20%, 25%/ 55%	
Výsledky vzdelávania: Študenti po úspešnom absolvovaní predmetu získajú znalosti a nadobudnú základné zručnosti , pomocou ktorých budú schopní: 1. využívať informácie z finančného účtovníctva pre budúce procesy riadenia nákladov, zostavovania kalkulácií a tvorbu rozpočtov; 2.rozumieť vzťahy medzi nákladmi v spoločnosti a zdrojmi nákladov, odhadnúť nákladové funkcie použitím matematických metód pre potrebu plánovania nákladov v podniku. 3. využívať znalosti o nákladoch v podniku, pri vyčíslovaní a interpretácii bodu zvratu, pásma bezpečnosti atď. pri rozhodovaní, pre uplatňovanie výhodnejších variantov objemu výroby a predaja výkonov s cieľom optimalizácie sortimentu výroby, 3. budú mať znalosti o kalkuláciách a ich druhoch a budú schopní zostaviť kalkuláciu nákladov a vybrať vhodný druh kalkulácie pre jednotlivé výkony s cieľom tvorby cien pre jednotlivé výkony, 4. sledovať efektívnosť a hospodárnosť nákladov, a ich návratnosť, 5. využívať a chápať ako poznanie relevantných výnosov a relevantných nákladov, oportunitných nákladov pomáha správne sa rozhodovať napr. Kúpiť či vyrobiť, prijať či odmietnuť špeciálnu objednávku a pod. 6. Zostaviť hlavný a flexibilný t.j. variantný rozpočet, 7. Analyzovať dosiahnuté výsledky pomocou odchýliek 1.,2., a 3. úrovne. , či pomocou KPI. žerskému rozhodovaniu. 7. Pochopiť Balance Score Card prístup	
Stručná osnova predmetu: Počas akademického semestra sa odprednášajú a precvičia na seminároch nasledujúce témy: 1. Úvod do manažérskeho účtovníctva 2.Druhy nákladov a ich správanie, Výrobné náklady -Materiál, Mzdy a režijné náklady 3. CVP analýza (Cost-volume -profit), Bod zvratu 4. Variabilný a absorpčný model výsledovky 5. Matematické metódy určenia funkcie nákladov 6. Kalkulácie a metódy	

kalkulácie - tradičná, ABC kalkulácia, kalkulácia cieľových nákladov, 7. Stanovovanie cien 8. Riadenie zásob 9. Relevantné náklady a výnosy 10. Rozpočty – Master budget-Hlavný rozpočet 11. Flexibilný rozpočet, odchýlky. Zodpovednostné účtovníctvo. 12. Balance Score Card 13. KPI							
Odporúčaná literatúra: [1] Papíková L. Úvod do manažerského účtovníctva: Strategické riadenie nákladov - 2023. [2] Kral, B.: Manažérske účtovníctvo [3] Drury: C. Management Accounting for Business, latest edition [4] Kimmel,P.D., Weygandt, J.J., Kieso, D.E. - Accounting as a Tool for Decision Making, latest edition							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 30							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
26,67	0,0	20,0	10,0	10,0	6,67	26,67	0,0
Vyučujúci: doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., prof. RNDr. Darina Saxunová, 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.KIS/275ME/21	Názov predmetu: Manažment informačných systémov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 20% 80%	
Výsledky vzdelávania: Absolvent získa vedomosti a prehľad o efektívite informačného systému a výhodách kvalitného informačného systému pre manažment organizácie. Získa zručnosti ako správne zaobstarať a využívať kvalitný informačný systém tak, aby bol prínosom pre optimalizáciu procesov organizácie a jej riadenia	
Stručná osnova predmetu: 1. Manažment informačných systémov. 2. Teória systémov. 3. Vplyv informačných technológií na podnikanie, využitie IS vo výrobnom podniku. 4. Proces a jeho informačná podpora v podniku 5. Životný cyklus vývoja systému. 6. Vývoj aplikácií (softvéru). 7. Trendy vo vývoji aplikácií, tradičný a agilný manažment vývoja. 8. Databázy a dátové sklady – manažérsky nástroj. 9. Expertné systémy, umelá inteligencia. 10. Cloud Computing, Smart cities – trendy, ciele. 11. eGovernment. 12. Bezpečnosť IS.	
Odporúčaná literatúra: GREGUŠ, M. – KRYVINSKA, N. 2015. Service Orientation of Enterprises – Aspects, Dimensions, Technologies. Bratislava : Comenius University, 2015. ISBN 978-80-223-3978-0 Laudon J.P., Laudon K.C., Management Information Systems & Multimedia Student CD Package, 10/E, ISBN-10: 0132337746, ISBN-13: 9780132337748, Prentice Hall, New York 2007 James A. O'Brien, Management Information Systems, 7/e, McGraw-Hill Higher Education, Boston 2006, ISBN: 007293588x RUSSEV, S. a kol. 2006. Softvérové inžinierstvo. Bratislava: EKONÓM. 2006. ISBN 80-225-2178-7. - RUSSEV, S. – RUSSEV R. 2011. Informačná podpora manažmentu výrobných podnikov. Bratislava: vydavateľstvo UK. 2011. ISBN 978-80-223-2842-5. - RUSSEV, S. 2012. Manažment informatizácie sociálno-ekonomických systémov. Bratislava: KARTPRINT. 2012. ISBN 978-80-89553-05-1. 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, anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 234							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
16,24	0,0	23,08	22,65	18,8	8,55	10,26	0,43
Vyučujúci: doc. Ing. Jaroslava Kniežová, PhD.							
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.KIS/276ME/21	Názov predmetu: Manažment projektov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie - skúška v skúškovom období (60+40 percent). V priebehu skúškového obdobia semestra má študent možnosť získať 60 percent za písomnú skúšku formou testu openbook test. V skúškovom období je ďalej možné z písomného PMP testu alebo odovzdaním vedeckého/ odborného článku 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 (0%), skúška (60+40%)	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študent získa konkrétne znalosti z problematiky multiprojektového riadenia, najmä z pohľadu organizácie a nastavenia systému koordinácie procesov plánovania, monitoringu a kontroly paralelne prebiehajúcich projektov v organizácii. Po absolvovaní predmetu by študenti mali vedieť zostaviť metodiku manažmentu projektov pre organizáciu. Predmet rozvíja znalosti projektového manažmentu v širšom kontexte manažmentu organizácie, poukazuje na vzťahy a možnosti aplikácie projektového prístupu a projektových techník v manažmente organizácie. Predmet je nastavený v úzkej spolupráci s predstaviteľmi podnikovej a manažérskej praxe, ako aj na základe vlastného výskumu v oblasti projektového manažmentu a využívania metodológií projektového manažmentu.	
Stručná osnova predmetu: Cieľom predmetu je doplniť a rozvinúť už nadobudnuté poznatky z problematiky projektového manažmentu. Oboznámiť študentov so špecifikami manažmentu projektov najmä z pohľadu manažmentu portfólia projektov (multiprojektového riadenia) v kontexte manažmentu organizácie.	

Zámerom predmetu je aj oboznámiť študentov s hlavnými metodológiami projektového manažmentu skúsenostnou formou.

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

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

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

Hierarchická štruktúra činností projektu, nástroje časového plánovania.

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

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

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

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

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 310							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
72,58	0,0	14,84	4,84	2,26	2,58	2,58	0,32
Vyučujúci: PhDr. Peter Veselý, PhD., prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Ing. Miloslav Chalupka, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 11.10.2021							
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.KMk/084ME/21	Názov predmetu: Marketing manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Po každej konzultácii, resp. po zhrnutí problematiky (vychádzajúc zo sprístupnenej zvukovej nahrávky) môže študent za odoslanie vyplneného formulára v MS Forms týkajúceho sa problematiky príslušnej konzultácie získať hodnotenie v rozpätí 0 až 10 bodov. Takéto zadania v priebehu výučbovej časti semestra budú štyri, spolu za ne bude možné získať bodové hodnotenie v rozpätí 0 až 40 bodov. Počas skúšobného obdobia môže študent získať zvyšných 60 bodov za absolvovanie písomnej skúšky vo forme šiestich otvorených otázok, každá za desať bodov. Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je hľadať možnosti pre riešenie problémov, s ktorými sa stretáva súčasná prax marketingového riadenia. Ide o riešenie problémov nedostatočnej účinnosti marketingových aktivít a návrh spôsobov merania ich efektívnosti, nakoľko pri stále rastúcich výdavkoch na marketing sa dosahuje stále menší ekonomický efekt z nich. Ako ďalej v tejto situácii? Ako sa vyrovnat' s rastúcimi výdavkami na marketing podmienenými hyperkonkurenčným bojom? Odpoveď na niektoré z týchto otázok poskytuje predmet, ktorý je praktickým návodom, ako na to v súčasnom konkurenčnom prostredí, ktoré je v oblasti marketingového riadenia stále tvrdšie. Predmet je zameraný na osvojenie si princípov racionality v marketingovom riadení. Vychádza z analýzy názorov tzv. spoločenskej kritiky marketingu a naznačuje trend udržateľnosti v marketingovom riadení organizácií na prahu tretieho tisícročia. Absolvovaním predmetu študent získa komplexnú bázu poznatkov týkajúcu sa moderného marketingového riadenia tak, že ich je schopný uplatniť na všetkých stupňoch riadenia.	
Stručná osnova predmetu:	

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

Odporúčaná literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk							
Poznámky: Vedomosti, zručnosti, kompetentnosti a prenositeľné spôsobilosti, ktoré získa študent úspešným absolvovaním predmetu a ovplyvňujú jeho osobný rozvoj a môžu byť využité v jeho budúcom kariérnom uplatnení a v živote ako aktívnych občanov v demokratických spoločnostiach sú uvedené v sylabe predmetu.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 245							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
6,12	0,0	17,14	27,35	20,0	19,18	9,8	0,41
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniová, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.09.2021							
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/089ME/21	Názov predmetu: Marketingová analytika a vizualizácia dát
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 80 % priebežné hodnotenie • model asociačnej analýzy - 20% • model cross sell – 20% • model segmentácie - 20% - 20% teória k vybranému modelu 20 % záverečné hodnotenie • skúška Celkové hodnotenie študentov pozostáva zo súčtu percent za vypracované analytické modely a teoretický popis jedného z modelov. Jednotlivé analytické modely sú vypracovávané priebežne na jednotlivých seminároch, konkrétne postupy sú vždy vysvetlené a demonštrované na seminári. Skúška pozostáva zo zadania na hodinách, pričom jednotlivé semináre sú nahrávané. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 80:20	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu budú študenti schopní pracovať s programom SAS Enterprise Miner a budú vedieť vykonať a interpretovať základné analýzy ako Cross sell, Up sell, Asociačná analýza a Segmentácia. Rovnako budú vedieť pracovať s vizualizačnými nástrojmi.	
Stručná osnova predmetu: Základná charakteristika marketingovej analytiky. (Marketingový výskum a jeho súčasti. Úloha a postavenie marketingovej analytiky v organizácii. Životný cyklus zákazníka.) Druhy analýz využívaných v marketingovej analytike. (Segmentácia zákazníkov, Cross Sell, Up Sell, Customer Retention, Celoživotná hodnota zákazníka.) Štatistický softvér Enterprise Miner (Úvod do práce so softvérom SAS Enterprise Miner. Základné pojmy.) Segmentácia zákazníkov. (Definícia pojmov, základné typy segmentácie. Vytvorenie zákazníckych segmentov. Profilácia zákazníckych segmentov. Segmentačné stratégie.) Cross Sell a Up Sell. (Definícia pojmov. Základné komponenty Cross Sell modelovania. Next Best Offer. Využitie asociačnej analýzy (analýzy nákupného košíka) na identifikáciu Next Best Offer. Využitie sekvenčnej analýzy na identifikáciu Next Best Offer. Využitie výsledkov modelovania pri riadení kampaní.) Sklon ku kúpe. (Sklon ku kúpe (Propensity to Buy). Základné princípy prediktívneho modelovania. Praktický príklad modelovania sklonu ku kúpe a interpretácia výsledkov. Využitie výsledkov modelovania pri riadení kampaní.)	

Customer Retention. (Definícia pojmov. Odchodovosť zákazníkov a profitabilita organizácie. Základné retenčné stratégie organizácie. Segmentácia odchádzajúcich zákazníkov. Analýza faktorov odchodovosti zákazníka, modelovanie sklonu k odchodu.)

Modelovanie sklonu k odchodu. (Ktorí zákazníci odídu na budúci mesiac. Využitie výsledkov modelovania pri riadení kampaní.)

Celoživotná hodnota zákazníka (CLV). (Definícia pojmov. Základné prístupy k výpočtu celoživotnej hodnoty zákazníka. Využitie CLV v marketingu.)

Odporúčaná literatúra:

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

[2] KEE HO, W. - LUAN, X. 2003. Data mining. North Carolina: University of North Carolina at Chapel Hill [online]. Dostupné z: <http://www.unc.edu/~xluan/258/datamining.html#history> [3]

GHANI, R. 2010. Data mining for business applications. Amsterdam: IOS Press, 2010. [online].

Dostupné z: <http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10440450> [4] SAS. 2017. Enterprise Miner

Tutorial. 2017. [online]. Dostupné z: http://video.sas.com/#category/videos/sas-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].

Dostupné z: <http://video.sas.com/detail/videos/trending/video/4059012552001/sas-enterpriseminer>

TM---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: 72

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
22,22	0,0	13,89	51,39	8,33	2,78	1,39	0,0

Vyučujúci: Mgr. Lucia Vilčeková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 17.09.2022

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.KMk/027ME/21	Názov predmetu: Marketingový výskum
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3., 4..	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Marketing manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % výskumný projekt. Hodnotenie bude založené na posúdení úrovne a kvality výskumného projektu. 60 % záverečný test. Záverečný test bude kombináciou otvorených a uzatvorených otázok z prednášok a seminárov. Písomný test prostredníctvom aplikácie MS Forms. Výskumný projekt sa spracováva priebežne počas výučbovej časti semestra. Študenti vypracovávajú výskumný projekt samostatne podľa zadania vyučujúceho. Výskumný projekt sa odovzdáva bez možnosti dodatočných úprav a dodatočnej výmeny. Termíny skúšok budú určené na základe koordinácie termínov najneskôr 1 týždeň pred začiatkom skúškového obdobia. 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 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: 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 Communication. The Power of Numbers for Social Justice. Routledge, 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 dopĺňujúca literatúra priebežne aktualizovaná.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 25

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
4,0	0,0	20,0	28,0	20,0	12,0	16,0	0,0

Vyučujúci: Mgr. František Olšavský, 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/088ME/21	Názov predmetu: Marketing vo vyhľadávacích nástrojoch
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
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: 71

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
18,31	0,0	26,76	16,9	21,13	14,08	2,82	0,0

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/077ME/21	Názov predmetu: Medzinárodné financie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aby študent úspešne absolvoval predmet je potrebná aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach k predmetu, účasť na priebežnom teste, absolvovanie prezentácie na vybranú tému a účasť na záverečnej skúške. Hodnotenie seminára tvorí 40% predmetu a skladá sa z hodnotenia prezentácie na vybranú tému zo sylabu (30%), samostatnej práce na hodinách a aktívnom riešení prípadových štúdií (10%). Výsledok záverečnej písomnej skúšky je hodnotený 60 % bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40% / 60%	
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 v praxi. Budú schopní abstraktne a analyticky rozmyšľať o problematike medzinárodného podnikania, medzinárodného financovania, manažmentu a tém s tým súvisiacich.	
Stručná osnova predmetu: Medzinárodné finančné prostredie. Medzinárodné firmy, ich vznik, vývoj a strategické ciele. Medzinárodný menový systém, jeho historický vývoj, súčasný stav a perspektívy. Vplyv platobnej bilancie a menové kurzy. Medzinárodné menové trhy. Spotový, forwardový, opčný a swapový trh. Meranie a manažment menového rizika. Transakčné, prevádzkové a účtovné riziko. Úrokové riziko. Globálne náklady kapitálu a kapitálová štruktúra. Získavanie dlhového a akciového kapitálu na medzinárodných trhoch. Priame a portfóliové medzinárodné investície. Financovanie exportu a importu. Hodnotenie výkonnosti firmy. Európska menová integrácia. Regulačný rámec pre finančné inštitúcie EÚ.	
Odporúčaná literatúra: Eiteman, D., K., Stonehill, A., I., Moffett, M., H.: Multinational Business Finance. Addison Wesley, 2001 Komorník, J. a kol. : Medzinárodné a európske financie. FM UK Bratislava, 1998	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 25							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
80,0	0,0	8,0	0,0	0,0	0,0	8,0	4,0
Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 17.09.2021							
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.KMn/025ME/21	Názov predmetu: Medzinárodný manažment ľudských zdrojov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie (50%) pozostáva z vypracovania projektu na jednu zo zadaných tém. Rozsah práce je 9.000 - 12.600 znakov (zodpovedá 6-10normostranám) je potrebné odovzdať prostredníctvom elektronického formulára. Písomná skúška (50%) v skúšobnom období . Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50/50	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je oboznámiť študentov s poznatkami z oblasti manažmentu ľudských zdrojov v medzinárodnom prostredí. Študenti získajú poznatky o problematike manažmentu ľudských zdrojov v nadnárodných organizáciách, ktoré pôsobia v medzinárodnom prostredí s dôrazom na pochopenie rozdielov v personálnych funkciách a zamestnaneckých vzťahoch v jednotlivých vybraných štátoch. Absolvovaním predmetu študenti porozumejú rozdielom v uplatňovaní personálnych činností v rámci členských štátov EÚ v porovnaní s anglosáskym prístupom. 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.	
Stručná osnova predmetu: 1. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov – úvod do kurzu. 2. Úvod do európskeho MLZ. 3. Funkcie medzinárodného MLZ (nábor, výber, vzdelávanie, rozvoj a kariéra, motivácia a odmeňovanie medzinárodného pracovníka). 4. Vysielanie medzinárodných zamestnancov (expatrioti) 5. Priemyselné/zamestnanecké vzťahy vzťahy v Európe. 6. Participácia zamestnancov a zamestnanecké rady. Formy flexibilnej organizácie práce. 7. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Veľkej Británii 8. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Nemecku a Francúzsku. 9. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Taliansku 10. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Ázii (Čína, Japonsko, Korea)	

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 dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).1.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský, Anglický

Poznámky:

V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 16/2017 Smernica rektora Univerzity Komenského v Bratislave Úplné znenie vnútorného predpisu č. 23/2016 Smernice rektora Univerzity Komenského v Bratislave, ktorou sa vydáva Etický kódex Univerzity Komenského v Bratislave v znení dodatku č. 1, každý študent počas štúdia svoje študijné výsledky dosahuje vždy len poctivým spôsobom; nepodvádza a nepoužíva nečestné postupy počas akejkoľvek formy overovania jeho študijných poznatkov a vedomostí. Prípady porušenia Etického kódexu UK môžu byť posúdené ako porušenie povinností vyplývajúcich z právnych predpisov, (...). S takýmto posúdením môže byť spojené uplatnenie príslušných právnych dôsledkov v akademickej, (...) disciplinárnej rovine. V súlade s ustanoveniami vnútorného predpisu č. 13/2018 schváleného Akademickým senátom Univerzity Komenského v Bratislave Disciplinárny poriadok Univerzity Komenského v Bratislave pre študentov, disciplinárnym priestupkom študenta je akákoľvek forma odpisovania alebo nedovolennej spolupráce alebo napovedania v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu, alebo používanie technických zariadení alebo akýchkoľvek nosičov informácií iným ako dovoľeným spôsobom v priebehu písomného alebo ústneho hodnotenia študijných výsledkov (preverovania vedomostí) alebo počas prípravy naň v rámci predmetu. Za spáchaný disciplinárny priestupok možno uložiť študentovi niektoré z disciplinárnych opatrení: pokarhanie, podmienené vylúčenie zo štúdia alebo vylúčenie zo štúdia.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 74

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
28,38	0,0	47,3	16,22	2,7	0,0	5,41	0,0

Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajžíková, 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/032ME/21	Názov predmetu: Medzinárodný marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
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, resp. práca na vopred schválenú tému, aplikácia získaných teoretických znalostí na vybranú organizáciu – 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 Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Úlohou prednášok a seminárov v rámci predmetu Medzinárodný marketing je bližšie preniknutie do problematiky činnosti podnikateľských subjektov v prostredí svetového trhu. Obsahom predmetu je štúdium medzinárodných trhov, určovanie vhodných stratégií pre vstup na dané trhy, ako aj aplikácia 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 medzinárodnom prostredí.	
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. 592 p. ISBN 9781408009239

[3] CATEORA, P. R. – GRAHAM, J. L. 2007. International Marketing. McGraw-Hill: Irwin Professional, 2007. 702 p. ISBN 978-0071105941

[4] USUNIER, J. C. – LEE, J. A. 2005. Marketing Across Cultures. Harlow: Pearson Education Limited, 2005. 573 p. ISBN 9780273685296

[5] HOLLENSSEN, S. 2007. Global Marketing: A Decision-Orientated Approach. Harlow: Financial Times Press, 2007. 714 p. ISBN 9780273706786

[6] MACHKOVÁ, H. 2015. Mezinárodní marketing. (Strategické trendy a příklady z praxe – 4. vydání). Praha: Grada Publishing, 2015. 200 p. ISBN 978-80-247-5366-9

[7] SVĚTLÍK, J. 2003. Marketing pro evropský trh. Praha: Grada Publishing, 2003. 272 p. ISBN 8024704226

[8] Trend, Journal of International Marketing, Marketing Science and Inspirations.

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 35

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
17,14	0,0	25,71	11,43	20,0	20,0	5,71	0,0

Vyučujúci: 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/279ME/21				Názov predmetu: Modelovanie ekonomických procesov			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná							
Počet kreditov: 7							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 254							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
33,86	0,0	12,2	14,57	7,48	10,24	21,26	0,39
Vyučujúci: doc. RNDr. Ján Pekár, PhD.							
Dátum poslednej zmeny:							
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.KEF/300ME/21	Názov predmetu: Oceňovanie podnikov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Očakáva sa, že študenti budú disponovať základnými informáciami z nasledovných oblastí: základné koncepty finančných trhov a finančného manažmentu, základy účtovníctva a základy štatistiky.	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Samostatná práca študenta počas semestra, aktívne sledovanie vývoja na vybraných finančných trhoch. V priebehu semestra bude študentmi realizovaný projekt ohodnotenia vybranej firmy, ktorý bude slúžiť pre celkové hodnotenie. Priebežné hodnotenie na seminároch pozostáva z nasledovných častí: - vypracovanie domácich úloh zadaných počas semestra (MAX 20%), - priebežné hodnotenie aktivity počas semestra (MAX 20%). Záverečné hodnotenie: - prezentácia ohodnotenia vybranej firmy v tíme (MAX 60%). Podmienkou na absolvovanie predmetu je získanie minimálne 60% z celkového hodnotenia. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40% / 60%	
Výsledky vzdelávania: Podstatnou časťou efektívneho manažmentu je správne stanovenie hodnoty firmy. Predmet by mal poskytnúť študentom základné poznatky z problematiky oceňovania podnikov tak ako sa realizujú v praxi. Seminäre poskytnú študentom pohľad na základné procesy stanovenia hodnoty firmy od počiatkovej analýzy finančných výkazov a pomeroých ukazovateľov až po pochopenie komplexnej metódy diskontovaných peňažných tokov. Kurz poskytne študentom odpovede na otázky typu: čo tvorí hodnotu firmy a aké základné parametre ju ovplyvňujú; aké techniky používajú analytici na finančných trhoch na zistenie či je akcia firmy na burze nadhodnotená alebo podhodnotená; aký je rozdiel v chápaní hodnoty firmy ako samostatne nepretržite fungujúcou entitou a potenciálnym cieľom akvizície; akým spôsob zostaviť zjednodušený model ocenenia firmy obchodovanej na burze?	

Na seminároch budú využívané praktické príklady pre pochopenie danej problematiky. Na seminároch bude využívaný systém Bloomberg Professional Terminal pre rýchle a efektívne získavanie a analyzovanie informácií z finančného ako aj podnikového prostredia.

Po úspešnom absolvovaní predmetu by mal študent rozumieť základným aspektom ocenenia firmy a mal by byť schopný realizovať finančnú analýzu podniku. Študent by mal byť pripravený pracovať vo finančnej oblasti, ako finančný poradca alebo finančný analytik na pozíciách, ktoré vyžadujú základné až stredne pokročilé znalosti z oblasti finančnej analýzy podnikov a ich ohodnocovania.

Stručná osnova predmetu:

1. Základné charakteristiky oceňovania firiem.
2. Právne minimum pre podnikové kombinácie na Slovensku.
3. Metódy ohodnotenia firmy založené na cenových násobkoch.
4. Metódy ohodnotenia firmy založené na diskontovaných peňažných tokoch.
5. Odhad budúcich peňažných tokov firmy.
6. Stanovenie váženej priemernej ceny kapitálu.
7. Metódy ohodnotenia firmy založené na diskontovaných dividendách.
8. Ocenenie neprevádzkového majetku firmy.
9. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze.
10. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze.
11. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze.
12. Prípadová štúdia – ocenenie verejne obchodovanej firmy na burze.

Odporúčaná literatúra:

1. Vozár M. – Komorník J.: Oceňovanie podnikov, Kartprint 2012.
 2. T. Koller, M. Goedhart, A. Wessels.: Valuation Measuring and Managing the Value of Companies, 5th Edition, McKinsey & Company, Inc., 2010.
 3. Brigham, E. F. – Ehrhardt, M. C.: Financial Management, 14th Edition, Thomson, South-Western, 2014.
 4. Hitchner, J. R.: Financial Valuation, Applications and Models, John Wiley & Sons, Inc., 2013.
- Ostatné informačné zdroje: 5. Bloomberg Professional Terminal, 6. www.bloomberg.com, 7. www.yahoo.finance.com, 8. www.morningstar.com, 9. www.gurufocus.com

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský, anglický

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 34

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
50,0	0,0	41,18	0,0	2,94	0,0	5,88	0,0

Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 21.09.2021

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/086ME/21	Názov predmetu: Online marketingové nástroje a aplikácie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
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 konzultáciách a odovzdanie marketingového certifikátu (20 percent), - vypracovanie a prezentovanie prípadových štúdií podľa jednotlivých tém (80 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: 20/80	
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. Video - YouTube a Studio YouTube
10. SEO - Google Search Console, Screaming Frog
11. Mobilný marketing - Google Play, Chrome Store, Apple Store, Steam, Epic
12. Umelá inteligencia (AI) a Strojové učenie (ML)

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 dopĺňané 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: 54							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
11,11	0,0	20,37	7,41	14,81	22,22	24,07	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniiová, PhD., doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, PhD., doc. Ing. Andrej Miklošík, PhD., PhDr. Ing. Miroslav Reiter, PhDr. Ján Ganobčík							
Dátum poslednej zmeny: 17.02.2024							
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/053ME/21	Názov predmetu: Organizačné kultúry – európske špecifiká
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie (40%) - prípadová štúdia Záverečné hodnotenie (60%) - záverečná písomná skúška Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
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. Prostredníctvom štúdia relevantných zdrojov 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., MADŽÍK, 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] TROMPENARS, 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 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 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: 51

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
11,76	0,0	21,57	29,41	21,57	9,8	5,88	0,0

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/041ME/21	Názov predmetu: Organizačné správanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % – vypracovanie riešenia a prezentovanie prípadovej štúdie + 80 % – záverečná ústna skúška. 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 akejkol'vek 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: 20/80	
Výsledky vzdelávania: Predmet poskytuje študentom magisterského štúdia poznatky o prístupoch, konceptoch a praktickom uplatnení výsledkov výskumov v oblasti organizačného správania ako súčasného	

pohľadu na manažment organizácií. Výsledkom je rozvoj schopností študentov riešiť špecifické problémy organizácií, ktoré sú spojené s manažmentom ľudí. Študenti získajú nové poznatky napr. o individuálnom správaní, motivácii, skupinovej dynamike, vedení pracovných skupín, minimalizácii negatívnych prejavov skupinového správania, budovaní autority, riešení konfliktov na pracovisku a vyjednávaní. Seminäre k predmetu sú založené na riešení prípadových štúdií (case-based teaching) z oblasti organizačného správania. Študenti tak rozvinú svoje schopnosti tímovej spolupráce a systematického a kreatívneho riešenia rozmanitých problémov organizačnej praxe.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do štúdia Organizačného správania. OS ako vedná disciplína. Základné atribúty organizácií, vysoko výkonné organizácie (HPO). Povaha manažérskej práce, manažérske zručnosti v minulosti a dnes. Aktuálne trendy, pracovné prostredie súčasnosti. Dilemy a výzvy spojené s vedením pracovných skupín, ktorým súčasní manažéri čelia na pracovisku.
2. Organizačné správanie a kultúra. Ako kultúra ovplyvňuje vnímanie sveta okolo nás a správanie ľudí v pracovnom prostredí. Kultúrne rozmanité pracovné prostredie. Atribúty kultúry s presahom do plánovania, vyjednávania, vedenia ľudí, komunikácie a formalizácie pracovného prostredia.
3. Jednotlivci v organizácii. Zložky pracovnej výkonnosti. Osobnostné črty významné vo vzťahu jednotlivec – organizácia. Model Big 5. Hodnoty, postoje. Percepčný proces a percepčné bariéry. Atribučná chyba a implikácie pre manažérsku prax.
4. Pracovná motivácia. Praktické implikácie obsahových a procesných teórií motivácie. Dizajn pracovného miesta. Motivačný potenciál práce. Faktory ovplyvňujúce motiváciu. Základné pracovné postoje (pracovná spokojnosť, vnútorná zainteresovanosť a lojalita).
5. Skupiny v organizácii. Skupinová dynamika. Tuckmanov model dynamiky skupiny. Efektívnosť pracovných skupín. Typy tímov. Negatívne prejavy skupinového správania a ako ich minimalizovať. Aschov efekt. Skupinové myslenie. Stanfordský väzenský experiment.
6. Organizačný dizajn, klasické a organické organizačné štruktúry. Determinanty organizačnej štruktúry. Princípy tvorby organizačnej štruktúry. Rozsah kontroly, departmentalizácia, centralizácia, formalizácia, špecializácia práce. Vzájomné väzby medzi organizačnou štruktúrou a organizačnou kultúrou.
7. Teória chaosu a nový model organizácie. Typické znaky nového modelu. 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 črt, behaviorálne teórie, situačné teórie). Hodnotovo orientované vedenie ľudí, neo-charizmatiké vedenie ľudí, tímové vedenie ľudí.
11. Komunikácia. Rozvoj komunikačných schopností. Aktívne počúvanie. Efektívna spätná väzba. Konštruktívna kritika.
12. Rozhodovanie a riešenie konfliktov. Zdroje a typy konfliktov. Úlohový, vzťahový a procesný konflikt. Produktívny konflikt. Vyjednávanie – fázy procesu a jeho prvky. Metódy a taktiky vyjednávania.

Odporúčaná literatúra:

- [1] Rudy, J. – Sulíková, R. – Lašáková, A. – Fratričová, J. – Mitková, L.: Organizačné správanie. Bratislava: UK, 2021 (e-kniha).
- [2] Rudy, J. – Sulíková, R. – Lašáková, A. – Fratričová, J. – Mitková, L.: Manažment a organizačné správanie. Münster: MV Wissenschaft, 2013.
- [3] Rudy, J.: Management and Chaos Theory. Bratislava: Faber, 1997.
- [4] Robbins, S. P. – Judge, T.A.: Organizational Behavior. New Jersey: Prentice Hall, 2015.
- [5] Schermerhorn, J. R. – Hunt, J. G. – Osborn, R. N.: Organizational Behavior. John Wiley and

Sons, 2008.

[6] Lašáková, A. - Bajžíková, Ľ. - Dedze, I. (2017). Barriers and drivers of innovation in higher education: Case study-based evidence across ten European universities. *International Journal of Educational Development*, 55, 69-79.:

[7] Lašáková, A. – Remišová, A.: On organisational factors that elicit managerial unethical decision-making. In: *Ekonomický časopis*. - roč. 65, č. 4, (2017), s. 334-354.

[8] Lašáková, A. – Remišová, A. – Kirchmayer, Z.: Are managers in Slovakia ethical leaders? Key findings on the level of ethical leadership in the Slovak business environment. In: *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*. - roč. 25, č. 2 (2017), s. 87-96.

[9] Prípadové štúdie (výber), napr. Harvard Business Publishing, <https://hbsp.harvard.edu/cases/?ab=browse%7Ccases>

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

[11] Časopisy: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *Organizational Dynamics*, *Organization Science*, *Academy of Management Journal*, *Academy of Management Review*, *Administrative Science Quarterly*, *Journal of Applied Psychology*, *Business Horizons*, *Human Relations*, *Journal of Personality and Social Psychology*, *Harvard Business Review*, *Moderní řízení*

[12] Ďalšie zdroje budú priebežne doplňané 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: 246

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
4,47	0,0	27,64	34,55	12,6	12,6	8,13	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 17.09.2023

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/051ME/21	Názov predmetu: Podnikateľská etika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
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: Riešenie zadaní (5 zadaní, individuálna práca, každé za 10 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. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50 / 50	

Výsledky vzdelávania:

Poslucháči sa oboznámia s podnikateľskou etikou ako akademickou disciplínou. Osvoja si teóriu podnikateľskej etiky a naučia sa ju aplikovať pomocou prípadových štúdií a riešenia eticko-ekonomických dilem. Získajú zručnosť kreovať komplexné programy a organizačné politiky týkajúce sa personálneho manažmentu a ako ich implementovať správnym spôsobom do praxe organizácie (napr. antidiskriminačný, etický, compliance program). Získajú znalosti o realizácii funkcií personálneho manažmentu v súlade s etikou. Rozvinú zručnosť etického rozhodovania a identifikácie (ne)vhodných kandidátov na manažérske pozície z hľadiska ich etického profilu. Celkovo, naučia sa identifikovať etické problémy v oblasti personálneho manažmentu a naučia sa tieto problémy riešiť na profesionálnej úrovni

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do štúdia. Etika a morálka.
2. Podstata podnikateľskej etiky. Zisk verzus etika. Vznik, podstata, predmet podnikateľskej etiky. Rôzne úrovne prieniku etiky a ekonomiky.
3. Spoločenská zodpovednosť podnikov. Podstata koncepcie spoločenskej zodpovednosti podnikov. Teória stakeholderov.
4. Ľudské práva na pracovisku. Diskriminácia, sexuálne obťažovanie. Manažment diverzity.
5. Etické aspekty náboru a výberu zamestnancov.
6. Etické aspekty v hodnotení pracovného výkonu, odovzdávaní spätnej väzby a manažmente kariéry. Motivácia a odmeňovanie zamestnancov z hľadiska etiky.
7. Profesijná etika manažéra. Manažérska prísaha. Etický rozvoj manažérov/lídrov.
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 Akademickej knižnice UK – externé informačné zdroje prístupné pre UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacnezdroje/>.
- [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: 85

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
3,53	0,0	17,65	28,24	28,24	18,82	3,53	0,0

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/010ME/21	Názov predmetu: Prax
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prax Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 6t Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5., 6..	
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. Výber organizácie, ako aj vykonávaných pracovných činností má korešpondovať s vybraným blokom povinne voliteľných predmetov (špecializáciou) v rámci študijného programu manažment v študijnom odbore Ekonomika 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. sektor (výroba - obchod - služby), 3. manažérska zodpovednosť (nižší manažment - stredný manažment - vyšší manažment), 3. popis vykonávanej práce a zodpovednosti.	
Odporúčaná literatúra:	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 343							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
81,92	0,0	9,04	2,62	0,0	1,17	5,25	0,0
Vyučujúci: doc. JUDr. PhDr. Katarína Gubíniiová, PhD., prof. Mgr. Dagmar Cagáňová, 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/022ME/21	Názov predmetu: Procesný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 6.	
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: - Vypracovanie semestrálneho projektu na zadanú tému: Modelovanie a analýza vybraného procesu Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 60% / 40%	
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 k procesnému manažmentu 2. Základné pojmy súvisiace s procesným manažmentom 3. Procesný manažment a jeho princípy 4. Identifikovanie podnikových procesov 5. Modelovanie podnikových procesov 6. Tvorba procesných máp, podpora IT a softvérového riešenia 7. ARIS – základné informácie a postupy 8. ARIS – model procesu a procesné štandardy 9. ARIS – ďalšie modely a ich využitie 10. Procesná analýza a optimalizácia	

11. Zavádzanie procesného manažmentu a jeho bariéry
12. Procesný manažment v praxi
13. Zhrnutie

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>

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: 39

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
28,21	0,0	25,64	15,38	10,26	12,82	7,69	0,0

Vyučujúci: prof. Ing. Ján Papula, PhD., 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.KMk/046ME/21	Názov predmetu: Riadenie vzťahov so zákazníkmi
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Marketing manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Celkové hodnotenie študentov pozostáva z nasledovného súčtu percent: - aktívna účasť na konzultáciách (10 percent) - vypracovanie a prezentovanie prípadových štúdií podľa jednotlivých tém (50 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: Zákazník ako „stredobod“ záujmu marketérov sa ešte viac zvyrazňuje vzhľadom na budovanie dlhodobých a perspektívnych vzťahov do budúcnosti. Cieľom riadenia vzťahov so zákazníkmi nie je maximálne zvyšovanie tržieb z jednotlivých nákupov, ale vytvorenie trvalého vzťahu so zákazníkom. Predmet je zameraný na logické zdôvodnenie nutnosti rozšírenia manažérskych aktivít v oblasti vzťahov so zákazníkmi, určenie štruktúry vzťahov, meranie nákladov na udržiavanie vzťahov so zákazníkmi a pod.	
Stručná osnova predmetu: 1. Definície a charakteristiky pojmu Customer Relationship Management. Definície pojmu CRM. Výhody využitia koncepcie CRM v podniku. Podstata CRM. Prístupy k chápaniu CRM. Strategický a taktický pohľad na CRM. CRM model a jeho komponenty. 2. Analytické CRM. Charakteristika a prínosy analytického CRM. Pojem a znaky CRM systémov. Databázový marketing. Datamining a jeho proces.	

3. Operatívne CRM. Charakteristika a prínosy operatívneho CRM. Aplikácie využívané pri kontakte so zákazníkom – podpora predajných, marketingových a servisných aktivít. Nástroje operatívneho CRM.
4. Implementácia CRM a problémy s ňou spojené. Ciele zavádzania a transformácie CRM v podniku. Obsah implementácie CRM – stratégie, procesy, zmeny v organizácii, systémy. CRM systémy z pohľadu pokrytia funkčností. Metódy hodnotenia úspešnosti implementácie CRM. Neúspešnosť CRM systémov.
5. Identifikácia rôznych vzťahov v rámci CRM. Klasické marketingové vzťahy medzi zákazníkom, podnikom a konkurenciou. Špecifické marketingové vzťahy – riadenie vzťahov s nespokojnými zákazníkmi, vzťahy medzi monopolom a zákazníkom, e-vzťahy, nekomerčné vzťahy, vzťahy založené právom.
6. Využitie marketingu vzťahov v rôznych predmetoch činnosti. Využitie marketingu vzťahov v rôznych predmetoch činnosti so zohľadnením ich špecifik – retailové bankovníctvo, letecké spoločnosti, neziskový sektor.

Odporúčaná literatúra:

- [1] BUTTLE, Francis. 2006. Relationship Marketing: Theory and Practice. London : Paul Chapman Publishing Ltd, 1996. 202 s. ISBN 1-85396-313-5.
- [2] FREEMANTLE, David. 1996. Bezkonkurenční služby zákazníkům. Test kvality. Praha : Management Press, Ringier ČR, a. s., 1996. 162 s. ISBN 80-85943-26-3.
- [3] GODSON, Mark. 2009. Relationship Marketing. New York : Oxford University Press Inc., 2009. 361 s. ISBN 978-0-19-921156-2.
- [4] GUMMESSON, Evert. 2006. Total Relationship Marketing. 2nd edition. Oxford : Butterworth-Heinemann, 2006. 350 s. ISBN 0-7506-5407-4.
- [5] 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/>.
- [6] Ďalšie zdroje budú priebežne dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský 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: 44

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
56,82	0,0	25,0	9,09	0,0	2,27	6,82	0,0

Vyučujúci: doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, 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.KIS/274ME/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: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Online prezentácia na vybranú a dohodnutú tému. Študent odprezentuje svoju seminárnu prácu vytvorenú v MS Power point alebo iný prezentačný nástroj - online cez MS Teams alebo inú dohodnutú platformu.(30% celkového hodnotenia) Priebežné hodnotenie na úlohách alebo za aktivitu na hodine (10% celkového hodnotenia) Študent vypracuje seminárnu prácu v MS Word na vybranú tému po dohode s vyučujúcim. (60% celkového hodnotenia) Termín skúšky bude stanovený počas online výučby po dohode so študentami. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 40/60	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je objasniť zložitosť a rozsah problémov pri riešení v biznise s dôrazom na úlohu manažéra v procese budovania a prevádzkovania IKT. Po úspešnom absolvovaní budú študenti ovládať základy riešenia základných biznis problémov v oblasti IKT, bezpečnosti v organizáciách, uplatňovať princípy moderného riadenia infraštruktúry v organizácii a rôznych fázach životného cyklu IKT.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do témy riešenia reálnych business problémov 2. základy riadenia IKT v podniku a vymedzenie pojmov, Základné technické prostriedky, životný cyklus IKT, kybernetická bezpečnosť, legislatíva, prípadové štúdie 2. Legislatívne úpravy oblasti kybernetická bezpečnosť 3. GDPR 4. Zákon o kybernetickej bezpečnosti, prípadové štúdie 4. Prípadové štúdie	
Odporúčaná literatúra: [1] MARAKAS, George M .; O'BRIEN, James A. Úvod do informačných systémov. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2013. [2] PORADA, V. a kol .: Bezpečnostní vědy. Aleš Čeněk, 2019, 784 s., ISBN 978-80-7380-758-0 [3] KOLOUCH, J. - BAŠTA, P. a kol. Kyber ochrana. CZ.NIC, 2019, 556 s., ISBN 978-80-88168-31-7	

- [4] VALENTOVÁ - T., ŽUĽOVÁ, J. - ŠVEC, M. : Nové pravidlá ochrany osobných údajov. Wolters Kluwer, 2018, 168 s., ISBN 978-80-8168-792-1 [5] ANDRAŠKO, J. - GÁBRIŠ, T. - HOCHMANN, J. - OLEJÁR, D. : Zákon o kybernetickej bezpečnosti, Komentár. Walters Kluwer, 2018, 544 s., ISBN 978-80-8168-905-5
- [6] STRNÁD, O. : Systém riadenia informačnej bezpečnosti. Dokumentácia a záznamy. AMOS, 2013, 263 s., ISBN 978-80-87691-03-8
- [7] SVATÁ, V. : Audit informačního systému - 2. vydání. PBtisk, 2012, 223 s., ISBN 978-80-7431-106-2
- [8] Website of the Academic Library of UK-external information sources UK: <http://uniba.sk/o-univerzite/fakulty-a-dalsie-sucasti/akademicka-kniznica-uk/externe-informacne-zdroje/>.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský, Anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 42

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
47,62	0,0	28,57	9,52	2,38	0,0	11,9	0,0

Vyučujúci: Mgr. Vincent Karovič, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.09.2023

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/042ME/21	Názov predmetu: Rozvoj manažérskych zručností
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 16 Za obdobie štúdia: 16s / 224 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): nie	
Podmienky na absolvovanie predmetu: priebežné 50% (čiastkové D.Ú. komunikované na hodine - 25% (neodkomunikované, len poslané mínus 50% každá D.Ú.) + prezentácie zadanej problematiky / seminárky v dvojiciach – 25% (neprezentované mínus 10b.) + v závere semestra a skúškovom období:- 50% skúška z oblasti teoretických vstupov. Hodnotenie predmetu je v súlade so Študijným poriadkom UK a jednotlivé stupne klasifikačnej stupnice sú priznávané na základe uplatňovaného bodového systému, ktorý odráža stupeň úspešnosti absolvovania predmetu. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať minimálne 91 percent, na získanie hodnotenia B minimálne 81 percent, na hodnotenie C minimálne 73 percent, na hodnotenie D minimálne 66 percent a na hodnotenie E minimálne 60 percent. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý získa menej ako 60 percent v rámci celého hodnotenia (priebežne a záverečná skúška). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 50 / 50	
Výsledky vzdelávania: Predmet sa zameriava na rozvíjanie manažérskych schopností a zručností študentov v týchto kľúčových oblastiach – psychologické aspekty osobnosti, efektívna komunikácia a prezentácia. Prostredníctvom aktívneho sebapoznania a sebahodnotenia, SV, prípadových štúdií, diskusií, rolových hier a praktických nácvikov, študenti získajú skúsenosti v oblasti efektívnej interakcie s inými, interpersonálnej komunikácie, vybraných manažérskych komunikačných zručností a získajú predpoklady pre efektívne vedenie skupín a tímov.	
Stručná osnova predmetu: Predmet pozostáva z blokov zameraných na budovanie manažérskych zručností v oblasti vybraných aspektov psychológie osobnosti, interpersonálnych interakcií, skupinovej dynamiky a komunikačných zručností. Pokrýva tak teoretickú ako i praktickú rovinu. Využitie metódy prispejú k efektívnejšej transformácii poznatkov i získaných zručností do praxe: 1.Úvodná hodina	

2. Osobnostné charakteristiky a ich význam v interpersonálnych interakciách. Ako poznať seba samého a iných ľudí? Aký je význam poznania podriadených a akú úlohu tu zohráva empatia, percepčné chyby? Metódy sebapoznania a poznávania osobnosti iných, prvý dojem a jeho význam.
3. Praktické cvičenia v oblasti poznávania iných a sebapoznania. Percepcia v procese sebapoznania a poznávania iných, determinanty percepcie, individuálne diferencie, prvý dojem
4. Efektívny komunikačný proces a jeho bariéry, interkultúrna komunikácia.
5. Verbálna a neverbálna komunikácia v interpersonálnych interakciách.
6. Analýza chápania neverbálnych prejavov v interpersonálnych interakciách.
7. Asertívne správanie a asertívna komunikácia, cvičenie - identifikácia asertívneho a neasertívneho jednanja.
8. Aktívne počúvanie - význam, zásady a nácvik.
9. Poskytovanie spätnej väzby + cvičenia
10. Efektívna skupina/tím a jej determinanty, negatívne prejavy správania sa v skupine, roly jednotlivcov v tíme.
11. Cvičenia – práca v malej skupine – analýza skupinových interakcií-klady a zápory, roly jednotlivcov v skupine.
12. Prezentačné zručnosti- príprava, štruktúra, vizuálne pomôcky, poslucháči, miestnosť, neverbálny prejav prezentujúceho, prekonávanie problémov. Rétorika.
13. Nácvik efektívnej prezentácie – prezentácie študentov a ich analýza- VK+NK.
14. Nácvik efektívnej prezentácie – prezentácie študentov a ich analýza-VK+NK.
15. Delegovanie.

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.

Odporúčaná literatúra:

- [1] SULÍKOVÁ, R. 2017. Psychológia pre manažérov. Kartprint, Bratislava.
- [2] SULÍKOVÁ, R. 2001. Intercultural Communication. In : Global Business and Economic Development. Volume II: The East European Perspectives. Upper Montclair : Montclair State University, s. 311-315.
- [3] SULÍKOVÁ, R. 2003. New Managerial Competencies. In : Journal of Human Resource Management, č. 1-2, s. 69-76.
- [4] SULÍKOVÁ, R. 2003. New Managerial Competencies in the New Organizational Environment. In : Strategies for Sustainable Globalization: Business Responses to Regional Demands and Global Opportunities. Global Business and Economic Development. Upper

Montclair : Montclair State University, 2003, volume 1, s. 813-817.

[5] DUBRIN, A. 2013. Principles of Leadership. Mason: South-Western Cengage Learning.

[6] YUKL, G. 2013. Leadership in Organizations. Essex: Pearson Education Limited.

[7] THILL, J. V. – BOVEÉ, C. L. 2012. Business Communication Essentials. Pearson. New Jersey. strana: 3

[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 dopĺňané a aktualizované (vzhľadom na nové a dostupné zdroje).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský j.

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: 78

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
21,79	0,0	28,21	23,08	11,54	10,26	5,13	0,0

Vyučujúci: doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD.

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.KMk/087ME/21	Názov predmetu: Sociálne siete a obsahový marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
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: 54

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
55,56	0,0	24,07	1,85	0,0	14,81	3,7	0,0

Vyučujúci: Mgr. Vladimír Hrček, PhD., Mgr. Lucia Kočíšová, 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: FM.KMk/045ME/21	Názov predmetu: Spotrebiteľské správanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Marketing manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (20 percent), skúška v skúškovom období (80 percent). • 20 percent – aktívna účasť študentov v rámci zapojenia sa do diskusie v procese výkladu učebnej látky a diskusie. • 80 percent – odovzdaný a odprezentovaný projekt na tému podľa zadania. 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: 20/80	
Výsledky vzdelávania: Východiskom predmetu je nevyhnutnosť marketingového manažéra poznať neustále sa meniace ekonomické, sociálne a psychologické determinanty ovplyvňujúce zmeny vzorcov spotrebiteľského správania. Absolvovaním predmetu študent získa komplexnú bázu informácií týkajúcu sa zhodnotenia evolúcie v posunoch a rozhodovacích modeloch, bude schopný analyzovať správanie a procesy z pohľadu konečného spotrebiteľa. Predmet je zameraný na získanie komplexného prehľadu o hlavných premenných, ktoré ovplyvňujú spotrebiteľské správanie, ako aj o základných metodických postupoch pre jeho analýzu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Rôzne pohľady na správanie sa spotrebiteľa – národohospodársky, pohľad domácnosti a pohľad jednotlivca. 2. Individuálna rovina mapovania zmien a trendov spotrebiteľského správania. 3. Evolučné zmeny v procesoch skúmania spotrebiteľského správania sa 4. Vplyv pandémie na súčasné modely spotrebiteľského správania.	

5. Spotreba, identita a propagácia spotrebnej kultúry. Kritika a budúcnosť spotrebnej kultúry.
6. Spotrebiteľské správanie v kontexte preferencie značky.
7. Slovenský spotrebiteľ – trendy, nákupné zvyklosti, stravovacie zvyklosti v kontexte marketingových premenných.
8. Budúcnosť maloobchodu v kontexte očakávaných zmien v spotrebiteľskom správaní (zážitkové nakupovanie, virtuálna realita v nakupovaní, personalizované nakupovanie, umelá inteligencia v procese predaja, doručovanie dronmi).

Odporúčaná literatúra:

- [1] CHADT, K. 2017. Psychologie trhu v obchodu a službách. Praha : Press 21, 100 s. ISBN 978-80-9051-819-3
- [2] FIALOVÁ, H. – FIALA, J. 2013. Ekonomické chování. Příběhy o lidech, firmách a hospodaření vlády. Díl I. Chování spotřebitelů a výrobců. Praha : A Plus, 2013, 184 s. ISBN 978-80-87681-00-8
- [3] HES, A a kol. 2008. Chování spotřebitele při nákupu potravin. Praha : Alfa Nakladatelství, 2008, 156 s. ISBN 978-80-903962-0-3
- [4] KRAVERS, O. – MACLARAN, P. – MILES, S. – VENKATESH. 2018. The SAGE Handbook of Consumer Culture. SAGE Publishing, 2018, 576 p. ISBN 978-14-7392-951-7
- [5] PARSONS, E. – MACLARAN, P. 2009. Contemporary Issues in Marketing and Consumer Behaviour. New York : Routledge, 2009, 219 p. ISBN 978-0-7506-8739-3
- [6] SOLOMON, M. R. 2010. Consumer Behavior: A European Perspective. 4th Edition. Harlow : Pearson Education, 2010, 700 p. ISBN 978-0273717263
- [7] SOLOMON, M. R. 2016. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. 12th Edition. Harlow : Pearson Education, 2016, 624 p. ISBN 978-01-3412-993-8
- [8] VYSEKALOVÁ, J. a kol. 2011. Chování zákazníka. Jak odkrýt tajemství “černé skříňky”. Praha : Grada Publishing, 356 s. ISBN 978-80-247-3528-3
- [9] ZAHŘÁDKA, P. 2014. Spotřební kultura: Historie, teorie a výzkum. Praha : Academia, 2014, 438 s. ISBN 978-80-200-2372-8
- [10] Journal of Consumer Research.
- [11] 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/>.

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: 18

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
61,11	0,0	16,67	5,56	5,56	0,0	11,11	0,0

Vyučujúci: doc. Ing. Gabriela Pajtinková Bartáková, 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: FM.KIS/271ME/21	Názov predmetu: Správa ochrany informácií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Vypracovanie samostatnej práce (prezentácia/text). Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 100 / 0	
Výsledky vzdelávania: Objasniť zložitosť a rozsah problému správy ochrany systémov pre spracovanie údajov a poskytovanie informácií s dôrazom na úlohu manažéra v procese budovania a prevádzkovania takýchto systémov, ako aj zvládnutie procesov ochrany informácií. Po úspešnom absolvovaní budú študenti schopní riadiť oblasť správy ochrany informácií vo firme, uplatňovať princípy správy informačnej bezpečnosti vo svojej manažérskej činnosti na pozíciách v rámci IKT i mimo IKT, a pôsobiť v rámci systému Riadenia informačnej bezpečnosti vo firme, vo všetkých fázach vývoja životného cyklu informačného systému v manažérskych pozíciách.	
Stručná osnova predmetu: Všeobecné základy ochrany informácií a vymedzenie pojmov. Základné prostriedky ochrany informácií. Špecifiká bezpečnosti v jednotlivých komponentoch spracovania informácií vrátane prostriedkov IKT. Procedurálna ochrana informácií, ľudský faktor a bezpečnostná kultúra organizácie. Prostriedky a nástroje manažmentu ochrany informácií.	
Odporúčaná literatúra: COBIT 4.1. Rolling Meadows: IT Governance Institute, 2007. ITIL : service operation. London: Stationery Office, 2007. 978-0-11-331046-3 Journal of information systems and technology management [elektronický zdroj]. Sao Paulo, SP: TIPTON, H F. -- KRAUSE, M. Information security management [elektronický zdroj] : handbook. [S.l.]: Auerbach Publications, 2007. 978-1-4200-6045-4 DOSEDĚL Tomáš: Počítačová bezpečnosť a ochrana dát, Brno 1.vyd., Computer Press 2004 Legislatívne predpisy SR v oblasti ochrany utajovaných skutočností, ochrany osobných údajov, kybernetickej bezpečnosti.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský	

Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 52							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
96,15	0,0	1,92	1,92	0,0	0,0	0,0	0,0
Vyučujúci: Mgr. Ivan Osvald							
Dátum poslednej zmeny: 11.10.2021							
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.KIS/279ME/21	Názov predmetu: Stratégia organizácie v IKT
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - povinná účasť na seminároch - vypracovanie záverečného projektu - diskusia k záverečnému projektu Váha priebežného / záverečného hodnotenia: - priebežná 50% - spracovanie dvoch zadaní (Assignments v MS TEAMS)- záverečné 50% - vypracovanie záverečného projektu vo forme článku do časopisu minimálne 5 strán, maximálne 10 strán	
Výsledky vzdelávania: Naučiť študentov zosúladiť strategické ciele organizácie a informačné systémy na získanie konkurenčnej výhody: - Pochopiť základné problémy v oblasti manažmentu informačných systémov - Pochopiť princípy potrebné na prekonanie výziev, ktorým manažéri čelia vzhľadom k týmto dynamicky sa rozvíjajúcim technológiám. - Vedieť, ako používať tieto princípy. - Pochopiť strategické i operačné problémy vznikajúce v tomto prostredí. - Pochopiť, že súčasné stratégie aj operačné rozhodnutia nemusia byť správne v dynamickom prostredí budúcnosti. - Pochopiť problematiku bezpečnosti a ochrany informácií.	
Stručná osnova predmetu: 1. Problematika bezpečnosti a ochrany informácií 2. Strategické a operačné problémy v IKT 3. Základné problémy v oblasti manažmentu IS a IKT 4. Rozhodovanie a projekty v oblasti IKT	
Odporúčaná literatúra: Carol V. Brown, et.al.: Managing Information Technology, 7th edition, Pearson/Prentice Hall., New York 2011, ISBN-13: 978-0132146326 21 Kathy Schwalbe: Řízení projektů v IT, Computer Press, Brno 2007, ISBN 978-80-251-1526-8	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	

slovenský jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 48							
A	ABS	B	C	D	E	FX	M
45,83	0,0	18,75	14,58	2,08	0,0	18,75	0,0
Vyučujúci: doc. RNDr. Michal Greguš, PhD., PhDr. Peter Veselý, PhD., Ing. Marián Mikolášik							
Dátum poslednej zmeny: 01.04.2022							
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/040ME/21	Názov predmetu: Strategické myslenie a stratégia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie výkonov počas semestra (40 percent), skúška v skúškovom období (60 percent). Hodnotenie výkonov počas semestra je vypracovanie práce na zadanú tému. Skúška v skúšobnom období je písomná.	
Výsledky vzdelávania: • Vnímať dôležitosť stratégie a aktuálnosť jej uplatňovania v manažmente. • Poznať pôsobenie stratégií v minulosti a ich odkaz pre súčasnosť. • Pochopiť podstatu strategického myslenia ako súčasť ľudského myslenia a odhaliť v čom spočíva tajomstvo strategického myslenia. • Vedieť, ako je možné zdokonaľovať strategické myslenie z pohľadu rôznych vedných disciplín. • Poukazovať na možnosti uplatnenia strategického manažmentu v procese strategického manažmentu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. 2. Stratégia ako kritický faktor úspešnosti. 3. Korene stratégie a stratégií minulosti. 4. Ľudské myslenie ako proces, podstata ľudského myslenia. 5. Zdokonaľovanie ľudského myslenia z pohľadu rôznych vedných disciplín 6. Základné druhy ľudského myslenia, ich charakteristiky. 7. Strategické myslenie, jeho podstata a špecifiká. 8. Strategické myslenie manažérov. 9. Priestor a uplatnenie strategického myslenia v manažmente, z pohľadu základných funkcií manažmentu a pozícií manažérov. 10. Nové trendy v myslení 11. Zhrnutie a záver predmetu.	
Odporúčaná literatúra: [1] PAPULA, J. – PAPULOVÁ, Z. 2010. Strategické myslenie manažérov. Za tajomstvami strategického myslenia. Bratislava : Kartprint 2010.	

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, alternatívne anglický jazyk, pre štúdium podpornej literatúry

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 45

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
20,0	0,0	28,89	20,0	4,44	13,33	13,33	0,0

Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, 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.KSP/099ME/21	Názov predmetu: Strategický manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 24s / 24s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie výkonov počas semestra (40 percent), skúška v skúškovom období (60 percent). Hodnotenie výkonov počas semestra je vypracovanie práce na zadanú tému, zameranú na hodnotenie uplatňovania teórie strategického manažmentu v manažérskej praxi na príklade vybraného podniku (30 percent) a aktívna účasť počas semestra, diskusia na vybrané témy a prezentácia vybranej časti projektu (10 percent). Skúška v skúšobnom období je písomná.	
Výsledky vzdelávania: • Pochopenie podstaty stratégie a jej dôležitosti ako kritického faktora úspešnosti podniku. • Vnímanie dôležitosti uplatňovania strategického myslenia v manažmente a poznatky o možnostiach jeho zdokonaľovania. • Poznatky o súvislostiach vzniku a smeroch rozvoja teórie strategického manažmentu. Súčasné trendy v strategickom manažmente. • Rozlišovanie základných fáz procesu strategického manažmentu, ich zamerania, dôležitosti a vzájomnej previazanosti a podmienenosti. • Poznatky o analytických a analyticko-syntetických metódach a technikách strategického manažmentu a zručnosti získané s ich aplikáciou. • Dôležitosť a význam implementácie a kontroly v strategickom manažmente. Súčasné trendy, metódy a postupy, ktoré podporujú účinnosť strategického manažmentu v súčasnom neustále sa meniacom a ťažko predvídateľnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu 2. Stratégia ako kritický faktor úspešnosti organizácií. 3. Podpora a rozvíjanie strategického myslenia manažérov 4. Vývoj teórie stratégie, základné prístupy a smery rozvoja teórie. 5. Strategický manažment ako proces 6. Skúmanie faktorov z makroprostredia ako východisko pre tvorbu stratégie. 7. Skúmanie subjektov mikroprostredia a ich pôsobenia. 8. Skúmanie interného prostredia a našej pozície v externom prostredí. 9. Analyticko-syntetické techniky a tvorba konkurenčnej stratégie SBU.	

10. Generálna stratégia firmy a portfóliové analýzy.
11. Implementácia stratégie a strategická kontrola.
12. Zhrnutie a záver predmetu.

Odporúčaná literatúra:

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, alternatívne anglický jazyk, pre štúdium podpornej literatúry

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 316

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
9,49	0,0	16,77	23,73	18,04	21,84	9,49	0,63

Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, 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/076ME/21	Názov predmetu: Strategický marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
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 a 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 – ústna 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 marko 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?id=WrmLizZH3RoC&printsec=frontcover&dq=strategic+marketing&hl=en&sa=X&ei=noNjU7HyNOvB7AalloHICA&redir_esc=y#v=onepage&q=strategic%20marketing&f=false [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 [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: 28

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
10,71	0,0	17,86	35,71	14,29	3,57	17,86	0,0

Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 17.02.2024

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/055ME/21	Názov predmetu: Stratégie a financovanie New Ventures
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 6.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie za semester (70 percent), skúška v skúškovom období (30 percent). Priebežné hodnotenie v dvoch častiach práce na projekte a aktivitách (maximálne 30 a 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.	
Výsledky vzdelávania: Oboznámenie sa s podstatou a špecifikami podnikania nových podnikov s potenciálom vysokého rastu – tzv. new ventures. Pochopenie životného cyklu new ventures, techniky a metódy projektovania jednotlivých fáz s dôrazom na neurčitost', 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. Ide o veľmi praktické nástroje, ktoré majú široké použitie ako pri riadení konkrétnych new ventures, tak aj v analytických útvaroch finančných inštitúcií a auditórskych firiem. Spoluprácou s inkubátormi a prizývaním guest spíkov sa študenti oboznámia s alternatívami praktických možností uplatnenia ich poznatkov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu. Makroekonomické perspektívy rozvoja new ventures, typy new ventures, Finančná paradigma, Strategická paradigma. Podnikateľské financie a ich úloha v procese rozvoja 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 kapital
 - 3.2. Crowdfunading.
 - 3.3. Projektové financovanie.
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-13: 978-1118692288
- [2] AULET, B.: Disciplined Entrepreneurship. WORKBOOK. Wiley, 2017, ISBN – 13: 978-1119365792.
- [3] SMITH, J. K. – SMITH, R. L. – BLISS, R. T. 2011. Entrepreneurial Finance. Strategy, Valuation & Deal Structure. Stanford Economics and Finance, 2011. ISBN 978-0-8047-7091-0
- [4] VINTURELLA, J. B. – ERICKSON, S. M. 2003. Raising Entrepreneurial Capital. Elsevier, 2003. ISBN 978-0127223513
- [5] WICKHAM, P. A. 2006. 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. - 127
- [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: 41

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
4,88	0,0	43,9	21,95	14,63	4,88	9,76	0,0

Vyučujúci: prof. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, doc. PhDr. Marian Holienka, 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/010ME/21	Názov predmetu: Vedenie ľudí
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: 100%. Pozostáva z individuálne vypracovaných zadanií. 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% je potrebné získať počas semestra. 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: 100/0	
Výsledky vzdelávania: Celý kurz je postavený na prepojení teórie s praxou. Základnou metódou výučby je sebareflexia frekventantov kurzu. Každá preberaná teória a model/koncept vedenia ľudí sú vysvetlené	

prostredníctvom aktívneho zapojenia sa študentov do riešenia úloh, krátkych prípadových štúdií, osobnostných testov a vyplňania rôznych diagnostických nástrojov, ktoré sa používajú v podnikovej praxi. Cieľom kurzu je sprostredkovať študentom nové, aktuálne poznatky z oblasti vedenia ľudí, objasniť význam a dosahy správania lídrov a vybudovať si kompetentnosti, ktoré sa spájajú s efektívnym vedením podriadených. Zvnútorňujú si nové poznatky prostredníctvom riešenia prípadových štúdií a aktívneho sebapoznania a sebahodnotenia.

Stručná osnova predmetu:

1. Anatómia procesu vedenia ľudí.
2. Čo znamená „efektívne“ vedenie ľudí.
3. Aký je dobrý líder? Osobnostné črty efektívnych lídrov.
4. Implicitná teória vedenia ľudí.
5. Vedenie ľudí na Slovensku.
6. Charizmatické a transformačné vedenie ľudí.
7. Hodnotovo orientované a etické vedenie ľudí.
8. Kto je to „korporátny psychopat“? Temná stránka lídrov.
9. SCARF model v práci lídrov.
10. Puto dôvery: Ako vzbudiť dôveru v očiach podriadených - koncept Dôveryhodného lídra.
11. Dynamika budovania vzťahu medzi lídrom a nasledovníkom. LMX koncepcia.
12. Vzťah Líder - Kultúra - Efektívnosť.
13. E-leadership. Vedenie ľudí "na diaľku".

Oporúčaná literatúra:

Lašáková, A. (2023). Vedenie ľudí. In Copuš, L. et al.: Manažment. Bratislava: UK, s. 319 - 344.

Lašáková, A. (2013). Vedenie ľudí. In Rudy, J. et al.: Organizačné správanie. Bratislava: UK, s. 126 - 146.

Remišová, A., Lašáková, A., Rudy, J., Sulíková, R., Kirchmayer, Z., Fratričová, J. (2015). Etické vedenie ľudí v slovenskom podnikateľskom prostredí. Bratislava: Wolters Kluwer.

DuBrin, Andrew (2013). Principles of Leadership. 7th ed. Mason, South-Western Cengage Learning.

Yukl, Gary (2013). Leadership in Organizations. 8th ed. Essex, Pearson Education Limited.

Lašáková, A., Remišová, A. (2015). Unethical Leadership: Current Theoretical Trends and Conceptualization. In Procedia Economics and Finance, vol. 34, Elsevier, s. 319 - 328. Dostupné na: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115016366>.

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/>.

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

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

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 78

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
10,26	0,0	56,41	17,95	8,97	3,85	1,28	1,28

Vyučujúci: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 17.09.2023
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/081ME/21	Názov predmetu: Znalostný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: prednáška / seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 16s / 16s Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Odporúčané prerekvizity (nepovinné): Dáta, znalosti, rozhodovanie; databázy; business intelligence; big data; informačné systémy a aplikačný softvér; štatistika; matematika;	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch, domáce úlohy, vypracovanie a prezentovanie záverečného projektu. Váha priebežného / záverečného hodnotenia: 20% aktivita, 40% domáce úlohy, 60% Projekt	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní tohto kurzu budete vedieť: - Charakterizovať znalostný manažment, jeho piliere a dimenzie, výhody jeho implementácie vo firmách, historický vývoj atď. - Definovať dáta, informácie a znalosti; ich vzájomné závislosti a súvislosti; - Definovať rôzne typy znalostí a zaobchádzania s nimi. - Definovať učiacu sa organizáciu ako aj SECI model. - Definovať pojmy nosič a nositeľ znalostí a príklady ich prepojení v organizáciách - Definovať interné a externé štruktúry „neuchopiteľných“ (znalostných) aktív organizácie. - Popísať základné prvky pri zavádzaní znalostného manažmentu do praxe organizácie. - Popísať prínosy zavedenia znalostného manažmentu do podnikov - Popísať zdieľanie - výmenu (konverziu) znalostí v rámci externých; interných štruktúr organizácie a medzi štruktúrami navzájom. - Oboznámite sa s rôznymi formami implementácie znalostného manažmentu vo firmách ako aj informačnými systémami podporujúcimi znalostný manažment; kriticky vyhodnotiť vplyvy na manažment znalostí vo firme a vypracovať stratégie znalostného manažmentu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do znalostného manažmentu a jeho definícia. 2. Role znalostného manažmentu. 3. Historický vývoj znalostného manažmentu. 4. Hierarchia dát (údajov), informácií a znalostí. 5. Klasifikácie znalostí.	

6. Definícia znalostnej a učiacej sa organizácie
7. Intelektuálny kapitál
- Strana: 2
8. Znalostná ekonomika, znalostná spoločnosť, učiaci sa región
9. Znalostní pracovníci a znalostný kapitál
10. Znalostný manažment vo vnútri organizácie
11. Integrácia znalostného manažmentu
12. Vplyv soft skills na zdieľanie a prenos znalostí.
13. IT systémy na podporu znalostného manažmentu.

Odporúčaná literatúra:

1. Jennifer Rowley: Strategic Management information systems and Techniques, Blackwell, Manchester and Oxford 1994, ISBN 1-85554-210-2
2. Turban, E.; Aronson, J.E.; Liang T-P, Decision Support Systems and Intelligent Systems, Pearson/Prentice Hall, 2005.
3. Power, Daniel J., Decision Support Systems: Concepts and Resources for Managers, Greenwood Publishing Group, 2002
4. Davide Moraschi: Business Intelligence with Microstrategy Cookbook, Packt Publishing, Birmingham 2013, ISBN 978-1-78217-975-7
5. Scott Plous: the Psychology of Judgment and Decision Making, McGraw-Hill - ISBN: 0070504776
6. Daniel Kahneman: Thinking, Fast and Slow, Farrar, Straus and Giroux - ISBN: 0374275637 (Hardcover); 0374533555 (Paperback); 0385676514 (Kindle); 0739357980 (Audio).
7. Williams, F. & Monge, P.: Reasoning With Statistics: How to Read Quantitative Research (5th Edition), Harcourt College Publishers: Fort Worth, Tx 2001, ISBN 0-15-50681-6
8. Shannon, D.M. & Davenport, M.A.: Using Spss to Solve Statistical Problems: A Self Instruction Guide. Upper Saddle River Nj 2001: Prentice Hall
9. Fotr, J. Manažerské Rozhodování : Postupy, Metody A Nástroje. Praha: Ekopress, 2010. 978-80-86929-59-0
10. Hrušková, H. -- Richter, J. -- Švecová, L. Manažerské Rozhodování (Cvičebnice S Řešenými Příklady). 2003. 802454863

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 43

A	ABS	B	C	D	E	FX	M
60,47	0,0	20,93	6,98	2,33	2,33	6,98	0,0

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

Dátum poslednej zmeny: 16.02.2024

Schválil: prof. Mgr. Anna Lašáková, PhD.