

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave					
Fakulta: Obchodná fakulta					
Kód predmetu: SS OF/ BŠ21BM_040/22		Názov predmetu: Štátna skúška			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná					
Počet kreditov: 10					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5., 6..					
Stupeň štúdia: I.					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu:					
Pracovné zaťaženie študenta:					
Výsledky vzdelávania:					
Stručná osnova predmetu:					
Odporúčaná literatúra:					
Sylabus predmetu:					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 166					
A	B	C	D	E	FX
48.8	16.27	10.84	9.04	12.05	3.01
Vyučujúci:					
Dátum schválenia: 16.02.2023					
Dátum poslednej zmeny:					
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave					
Fakulta: Obchodná fakulta					
Kód predmetu: SS OF/OB21_ZP035/22		Názov predmetu: Záverečná práca a jej obhajoba			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná					
Počet kreditov: 10					
Odporúčaný semester/trimester štúdia:					
Stupeň štúdia: I.					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu:					
Pracovné zaťaženie študenta:					
Výsledky vzdelávania:					
Stručná osnova predmetu:					
Odporúčaná literatúra:					
Sylabus predmetu:					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 402					
A	B	C	D	E	FX
47.01	25.87	12.44	8.21	5.22	1.24
Vyučujúci:					
Dátum schválenia: 03.10.2022					
Dátum poslednej zmeny:					
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KŠ FHI/OID22801/21	Názov predmetu: Vybrané kapitoly z matematiky a štatistiky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 4 Za obdobie štúdia: 52 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 100 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Účasť na cvičeniach – 52 Príprava na seminároch – 52 Príprava na skúšku – 52 Celková záťaž – 156	
Výsledky vzdelávania: Hlavným vzdelávacím cieľom predmetu je: - poskytnúť základné poznatky z matematickej analýzy (funkcie jednej reálnej premennej), - poskytnúť základné poznatky z teórie pravdepodobnosti (pojem pravdepodobnosť, opakované náhodné pokusy, náhodná premenná, rozdelenia pravdepodobnosti), - poskytnúť výklad základných štatistických metód, - naučiť študentov zvoliť a uplatňovať vhodné štatistické metódy pri riešení praktických úloh, - naučiť študentov správne interpretovať získané výsledky. Úspešný absolvent predmetu získa vedomosti a zručnosti z: - infinitezimálneho počtu jednej reálnej premennej a z oblasti teórie pravdepodobnosti, ktoré dokáže aplikovať v ekonomických analýzach, - aplikácie základných štatistických metód, ktoré tvoria základ na rozhodovanie vo všetkých oblastiach ekonomickej praxe.	
Stručná osnova predmetu: Funkcia jednej reálnej premennej. Funkcie ekonomickej analýzy. Limita a spojitosť funkcie. Infinitezimálny počet funkcie jednej premennej a jeho ekonomické aplikácie. Definícia pravdepodobnosti. Opakované závislé a nezávislé pokusy. Diskrétna a spojitá náhodná premenná. Rozdelenia diskkrétnej a spojitej náhodnej premennej. Prezentácia štatistických údajov. Opisná štatistika. Induktívne úsudky o parametroch jedného základného súboru. Skúmanie lineárnych vzťahov dvoch premenných použitím regresnej a korelačnej analýzy. Závislosť dvoch kategoriálnych znakov. Deskriptívna analýza časových radov. Individuálne a súhrnné indexy a rozdiely.	
Odporúčaná literatúra:	

1. KADEROVÁ, A. - KRÁTKA, Z. - KRČOVÁ, I. - MUCHA, V. - ŠOLTÉSOVÁ, T. (2020). Matematika pre ekonómov. Bratislava: Letra Edu.
2. MUCHA, V. (2011): Vybrané kapitoly z matematiky : teória pravdepodobnosti. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.
3. KOTLEBOVÁ, E. a kol. (2017). Štatistika pre bakalárov v praxi. Bratislava: EKONÓM.
4. PACÁKOVÁ, V. a kol. (2009). Štatistické metódy pre ekonómov. Bratislava: IURA EDITION.
5. ŠOLTÉS, E. a kol. (2018). Štatistické metódy pre ekonómov. Zbierka príkladov. Bratislava: Wolters Kluwer.

Sylabus predmetu:

1. Funkcia jednej reálnej premennej. Funkcie ekonomickej analýzy.
2. Limita a spojitosť funkcie.
3. Infinitézimálny počet funkcie jednej premennej.
4. Infinitézimálny počet funkcie jednej premennej. Ekonomické aplikácie.
5. Definícia pravdepodobnosti. Opakované závislé a nezávislé pokusy.
6. Diskrétna a spojitá náhodná premenná.
7. Rozdelenia diskkrétnej a spojitej náhodnej premennej.
8. Prezentácia štatistických údajov. Opisná štatistika.
9. Induktívne úsudky o parametroch jedného základného súboru.
10. Skúmanie lineárnych vzťahov dvoch premenných použitím regresnej a korelačnej analýzy.
11. Závislosť dvoch kategoriálnych znakov.
12. Deskriptívna analýza časových radov.
13. Individuálne a súhrnné indexy a rozdiely.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 516

A	B	C	D	E	FX
6.2	12.79	14.53	18.8	32.95	14.73

Vyučujúci: Ing. Ján Bolgáč, Mgr. Eva Fekiačová, Ing. Ľubica Hurbánková, PhD., Ing. Silvia Komara, PhD., Ing. Martina Košíková, PhD., RNDr. Eva Kotlebová, PhD., Ing. Jana Kútiková, doc. RNDr. Viera Labudová, PhD., Ing. Patrik Mihalech, Ing. Katarína Moravčíková, PhD., doc. Ing. Ľubica Sipková, PhD., RNDr. Daniela Sivašová, PhD., Ing. Romana Šipoldová, prof. Mgr. Erik Šoltés, PhD., doc. Ing. Mária Vojtková, PhD., Mgr. Andrea Kaderová, PhD., Ing. Mgr. Zuzana Krátka, PhD., Mgr. Ing. Ingrid Krčová, PhD., doc. Mgr. Vladimír Mucha, PhD., doc. Ing. Michal Páleš, PhD., prof. RNDr. Ľudovít Pinda, CSc., prof. RNDr. Katarína Sakálová, CSc., PaedDr. Zsolt Simonka, PhD., Mgr. František Slaninka, PhD., Ing. Lenka Smažáková, PhD., RNDr. Anna Strešňáková, PhD., doc. RNDr. Lea Škrovánková, PhD., doc. Mgr. Tatiana Šoltésová, PhD., Ing. Silvia Zelinová, PhD.

Dátum schválenia: 01.02.2022

Dátum poslednej zmeny: 15.05.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KÚA FHI/ OIE15010/21	Názov predmetu: Účtovníctvo pre podnikateľov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 26 hodín prednášky 26 hodín cvičenia 26 hodín príprava na cvičenia 24 hodín príprava na priebežný test (30 % hodnotenia z výslednej skúšky) 54 hodín príprava na skúšku z toho 24 hodín príprava na príklady (30 % hodnotenia z výslednej skúšky) z toho 30 hodín príprava na zostavenie a analýzu účtovnej závierky vybraného subjektu (40 % z hodnotenia výslednej skúšky) Pracovné zaťaženie študenta (v hodinách):156	
Pracovné zaťaženie študenta:	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je naučiť študentov využívať informácie z účtovných závierok, pochopiť ekonomické faktory, ktoré ich môžu ovplyvniť a aplikovať účtovné zásady pri ich zostavovaní. Študenti by si mali osvojiť aj znalosti potrebné pre zostavenie účtovnej závierky. Študenti získajú poznatky o štruktúre a vzájomných väzbách súčastí účtovných závierok zostavených v súlade rôznymi rámcami pre vedenie účtovníctva, s osobitným dôrazom na obchodné podniky. Súčasne budú študenti schopní charakterizovať a následne prezentovať finančnú situáciu účtovnej jednotky, posúdiť jej finančnú stabilitu a získané informácie využiť pri ekonomických rozhodnutiach, vrátane uplatnenia účtovníctva pri výpočte dane z príjmov. Vedomosť – získať znalosti z oblasti účtovníctva a jeho väzbe na ekonomické rozhodovanie; zručnosť – viesť účtovníctvo v rozsahu potrebnom na zostavenie účtovnej závierky; kompetentnosť – využiť účtovníctvo pre potreby ekonomického rozhodovania	
Stručná osnova predmetu: Účtovná závierka aj jej využitie v praxi významných svetových spoločností a v SR. Faktory ovplyvňujúce účtovnú závierku. Legislatívny rámec účtovníctva a jeho vplyv na porovnateľnosť účtovných údajov. Finančné analýza a stavebné prvky účtovnej závierky (majetok, záväzky, vlastné imanie, náklady, výnosy, peňažné toky). Oceňovanie majetku a záväzkov. Charakteristika účtovnej závierky a jej zostavovanie. Účtovné zobrazenie vybraných transakcií vrátane nákupu a predaja tovaru a dane z pridanej hodnoty. Nadväznosť účtovníctva a daňovej sústavy.	

Odporúčaná literatúra:

Základná:

1. Šlosárová, A. - Blahušiaková, M. 2020. Analýza účtovnej závierky. Bratislava : Wolters Kluwer SR. ISBN 978-80-571-01666-6
2. Juhászová, Z. a kol. 2021. Účtovníctvo. Bratislava : Wolters Kluwer SR
3. Tumpach, M. - Gedeon, M. - Parajka, B. - Surovičová, A. 2023. Účtovníctvo pre manažérov a pre podnikateľov. Zbierka príkladov. Bratislava : SKCÚ

Odporúčaná (aktuálne právne normy pre oblasť účtovníctva v SR):

1. Zákon č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov.
2. Opatrenie Ministerstva financií č. 23054/2002 –92 ktorým sa ustanovujú podrobnosti o postupoch účtovania a rámcovej účtovej osnove pre podnikateľov účtujúcich v sústave podvojného účtovníctva v znení neskorších predpisov.
3. Opatrenie Ministerstva financií Slovenskej republiky z 3. decembra 2014 č. MF/23377/2014-74, ktorým sa ustanovujú podrobnosti o individuálnej účtovnej závierke a rozsahu údajov určených z individuálnej účtovnej závierky na zverejnenie pre veľké účtovné jednotky a subjekty verejného záujmu v znení neskorších predpisov

Sylabus predmetu:

1. Účtovné informácie pre investorov: účtovná závierka vybraných spoločností kótovaných na burze (New York Stock Exchange) a analýza rozsahu prezentovaných informácií. Register údajov účtovnej závierky Slovenskej republiky.
2. Ekonomické a neekonomické faktory ovplyvňujúce údaje v účtovnej závierke (zmeny objemu výroby, poskytovania služieb a predaja výrobkov a tovaru; zmeny nákladov na súvisiace prevádzkové a finančné činnosti; bilančné podvody).
3. Vplyv variantného zobrazenia vybraných transakcií, udalostí a iných okolností na ekonomické výsledky podnikov. Účtovné predpisy a ich význam pre zabezpečenie porovnateľnosti účtovných informácií. Národná a nadnárodná (IFRS) rámcová úprava účtovníctva.
4. Vybrané ukazovatele finančnej analýzy i ich vzťah k účtovnej závierke. Definície a kritéria na vykazovanie stavebných prvkov účtovnej závierky (majetok, záväzky, náklady, výnosy).
5. Oceňovanie majetku a záväzkov a jeho význam na ukazovatele finančnej analýzy. Historické ceny, súčasná hodnota a reálna hodnota.
6. Účtovná dokumentácia, účtovné knihy a ich využitie pri zostavení účtovnej závierky.
7. Účtovné zobrazenia obstarania zdrojov financovania z vkladov vlastníkov, úverov a pôžičiek
8. Účtovné zobrazenia obstarania majetku a jeho využitia vo výrobe, predaji či poskytovaní služieb.
9. Účtovné zobrazenie tovaru, jeho dovozu a vývozu
10. Daň z pridanej hodnoty a jej zobrazenie v účtovníctve.
11. Zostavenie a prezentácia súvahy.
12. Zostavenie a prezentácia výkazu ziskov a strát, výkazu peňažných tokov
13. Nadväznosť účtovníctva a daňovej sústavy

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 823

A	B	C	D	E	FX
4.74	11.66	21.39	25.15	26.73	10.33

Vyučujúci: Ing. Lea Jančíčková, Ing. Branislav Parajka, PhD., doc. Ing. Mgr. Zuzana Juhászová, PhD., Ing. Martina Ballová, PhD., Ing. Martina Podmanická, PhD., Ing. Anton Marci, PhD.

Dátum schválenia: 17.02.2022

Dátum poslednej zmeny: 23.10.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KAJ FAJ/ OJAJ213020/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný anglický jazyk pre pokročilých II. (13)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I., N	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch –20 % Prezentácia projektu – 30 % Výsledok kombinovanej skúšky – 50 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Vedomosti: - nadobudnutie teoretických vedomostí o charakteristike a základných znakoch anglického odborného jazyka, - študent vie charakterizovať a identifikovať základné znaky odborného jazyka v texte a ovláda zásady tvorby odborných ekonomických textov v teoretickej a praktickej rovine. Kompetentnosti: - poznať základné princípy fungovania odborného jazyka, - študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, - rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný sa adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje, - v písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité odborné ekonomické témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie, - využívať pružne a efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na profesijné účely. Zručnosti: - nadobudnuté zručnosti využiť pri práci s odborným textom, napr. seminárna práca, záverečné práca, prípadová štúdia,	

- aplikovať primerané jazykové stratégie viažuce sa na tvorbu odborných textov (používanie vhodných lexikálnych, štylistických, morfosyntaktických prostriedkov) v cieľovom jazyku,
- získanie schopnosti vedome odlišiť vhodné od nevhodných jazykových prostriedkov v odbornej ekonomickej komunikácii (hovorové výrazy, syntakticky neúplné vety, nepresné, ambivalentné vyjadrenia a pod.).

Stručná osnova predmetu:

- marketingové stratégie, prezentovanie dát, budovanie vzťahov, reklama
- prezentovanie, networking, komunikačné zručnosti
- vplyv cestovného ruchu na ekonomiku, prevádzkové poradenstvo, stratégia, ciele a hodnoty
- konflikty na pracovisku, riešenie konfliktov
- podnikatelia, online podnikanie, začínajúce podniky (start-ups)
- hodnotenie výkonu, sebahodnotenie

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

1. Dubicka, I., Rosenberg, M., O'Keeffe, M., Dignen, B., Hogan, M. (2020) Business Partner C1. Your Employability Trainer. Harlow: Pearson Education Limited. ISBN 978-1-292-24862-2
2. Dubicka, I. O'Keeffe, M. Market Leader Advanced. Pearson Education Limited. 3rd edition. ISBN-13: 978-1408237038
3. Trappe, T., Tullis, G. (2016) Intelligent Business Advanced. Pearson Education Limited. 2016 ISBN 978-1-4082-5597-1
4. MacKenzie, I. (2010) English for Business Studies. A course for Business Studies and Economics students. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. ISBN 978-0-521-74341-9

Doplňujúca literatúra:

1. Allison, J., Appleby, R., Chazal de, E. (2009) The Business Advanced. Oxford: Macmillan. ISBN 978-0-230-02151-8
2. Baade, K., Holloway, Ch., Hughes, J., Scrivener, J., Turner, R. (2018) Business Results. Advanced. Oxford: Oxford University Press. 2nd edition. ISBN 978-0-19-473906-1.
3. Financial Times,
4. The Economist

Sylabus predmetu:

1. týždeň: Práca a zamestnanie; úloha „lovcov mozgov“ Nábor pracovníkov. Žiadosť o prijatie do zamestnania. Životopis.
2. týždeň: Význam práce pre človeka; faktory ovplyvňujúce uspokojenie z práce.
3. týždeň: Trendy vo vývoji ekonomiky v anglicky hovoriacich krajinách; funkčná gramatika (typy a použitie pasív).
4. týždeň: Predpoklady úspešného podnikania; druhy rizika v podnikaní; funkčná gramatika (príslovky).
5. týždeň: Poistovníctvo a medzinárodný obchod.
6. týždeň: Jazyk komunikácie na schôdzach.
7. týždeň: Manažment; manažérske štýly.
8. týždeň: Charakteristické črty úspešného manažéra.
9. týždeň: Štruktúra a jazyk prezentácie. Vypracovanie prezentácie (výber témy podľa prebraného učiva).
10. týždeň: Výhody a nevýhody tímovej práce v organizácii; funkčná gramatika (modálne slovesá).
11. týždeň: Vytváranie úspešných tímov; riešenie konfliktov.
12. týždeň: Prípadová štúdia (výber témy na základe prebraného učiva).
13. týždeň: Opakovanie a záverečný test.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 954					
A	B	C	D	E	FX
7.86	12.89	21.59	25.68	10.06	21.91
Vyučujúci: PhDr. Zuzana Ondrejová, CSc., PaedDr. Žaneta Pavlíková, PhD., Mgr. Ján Strelinger, PhD., PaedDr. Darina Halašová, PhD., Mgr. Ivana Kapráliková, PhD., Ing. Mgr. Sonia Krajčik Danišová, PhD., Mgr. Linda Krajčovičová, PhD., PhDr. Jarmila Rusiňáková, PhD., Mgr. Natalia Shumeiko, PhD., doc. Svitlana Goloshchuk, PhD., Mgr. Richard Kravec					
Dátum schválenia: 11.12.2021					
Dátum poslednej zmeny: 11.05.2022					
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KAJ FAJ/ OJAJ215001/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný anglický jazyk pre stredne pokročilých I. (9)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20% Hodnotenie domácich zadaní - 10% Výsledky kombinovanej skúšky - 70%	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Porozumieť hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, porozumieť textom, vedieť reagovať v rozličných situáciách , ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život, vedieť napísať jednoduchý text na bežné témy.	
Stručná osnova predmetu: <ul style="list-style-type: none">• Kariérny plán, organizácia, pracovná cesta• Pracovný pohovor, komunikačné zručnosti, pracovné stretnutie• Štruktúra firmy, značky , prezentovanie• Prezentovanie spoločnosti, PEST analýza• Riešenie problémov vo firme• Rokovanie, komunikačné zručnosti	
Odporúčaná literatúra: Whitby, N.: Business Benchmark Pre-intermediate to intermediate. Cambridge University Press. 2013. ISBN 978-1-107-69399-9 Robbins, S.: First Insights into Business. Pearson Education Limited, 2000 Cotton, D., Falvey, D., Kent, S.: Market Leader Intermediate, Pearson Education Limited, Harlow, 2010, ISBN 978-1-4082-3707-6 Cotton, D., Falvey, D., Kent, S.: Market Leader Pre-Intermediate, Pearson Education Limited, Harlow, 2012, ISBN 978-1-408-23695-6	

O'Keeffe, M., Lansford, L., Wright, R., Powell, M., Wright, L. Business Partner A2+. Harlow: Pearson Education Limited. 2019. ISBN 978-1-292-23353-6
Dubicka, I., O'Keeffe, M., Dignen, B. Hogan, M., Wright, L. Business Partner B1+. Harlow: Pearson Education Limited. 2018. ISBN 978-1-292-23355-0

Sylabus predmetu:

1. Výrobky, charakteristické znaky výrobkov. Význam obchodnej značky. Jednoduchý a priebehovú prítomný čas.
2. Luxusné výrobky. Stratégie firiem ovplyvňujúce lojalitu zákazníkov. Vyjadrenie súhlasu a nesúhlasu.
3. Zúčastňovanie sa pracovných stretnutí. Výskum trhu a marketingové stratégie.
4. Služobná cesta. Medzinárodné pracovné stretnutia. Rozdiely medzi britskou a americkou angličtinou.
5. Služby hotelov a leteckých spoločností poskytované obchodným cestujúcim. Rôzne formy vyjadrenia budúceho času.
6. Telefonovanie a dohodnutie pracovných stretnutí.
7. Zavádzanie zmien vo firme. Zvyšovanie výkonnosti firmy.
8. Riešenie problémov vo firme. Jednoduchý minulý a predprítomný čas.
9. Charakteristika firmy. Spoločenské kontakty, frázy pri predstavovaní, neformálny spoločenský rozhovor.
10. Štruktúra firmy. Firemné oddelenia a ich činnosť.
11. Stratégie riadenia úspešnej firmy.
12. Prípadová štúdia (výber podľa preberaného učiva) Opakovanie.
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 118

A	B	C	D	E	FX
7.63	20.34	22.88	18.64	17.8	12.71

Vyučujúci: PaedDr. Alexandra Mandáková, PhD., PaedDr. Eva Stradiotová, PhD., PaedDr. Darina Halašová, PhD., PaedDr. Žaneta Pavlíková, PhD.

Dátum schválenia: 11.12.2021

Dátum poslednej zmeny: 11.05.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KAJ FAJ/ OJA2015310/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný anglický jazyk pre stredne pokročilých II. (10)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20% Hodnotenie domácich zadaní - 10% Výsledky kombinovanej skúšky - 70%	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Porozumieť dlhším prejavom a prednáškam, vedieť čítať s porozumením článku a správy, pochopiť hlavné myšlienky vo všeobecnom i odbornom texte, vedieť adekvátne komunikovať, vedieť napísať texty na rozmanité témy.	
Stručná osnova predmetu: <ul style="list-style-type: none">• Stres na pracovisku, rokovania, e-obchodovanie• Prezentovanie dát a čísiel, číslovky• Nezáväzná spoločenská konverzácia, tvorenie tímov, spolupráca• Prijímanie hostí, inovácie, mladí podnikatelia• Ekológia, spätná väzba, práca v zahraničí	
Odporúčaná literatúra: Whitby, N.: Business Benchmark Pre-intermediate to intermediate. Cambridge University Press. 2013. ISBN 978-1-107-69399-9 Robbins, S.: First Insights into Business. Pearson Education Limited, 2000 Cotton, D., Falvey, D., Kent, S.: Market Leader Intermediate, Pearson Education Limited, Harlow, 2010, ISBN 978-1-4082-3707-6 Cotton, D., Falvey, D., Kent, S.: Market Leader Pre-Intermediate, Pearson Education Limited, Harlow, 2012, ISBN 978-1-408-23695-6 O’Keeffe, M., Lansford, L., Wright, R., Powell, M., Wright, L. Business Partner A2+. Harlow: Pearson Education Limited. 2019. ISBN 978-1-292-23353-6	

Dubicka, I., O'Keffee, M., Dignen, B. Hogan, M., Wright, L. Business Partner B1+. Harlow: Pearson Education Limited. 2018. ISBN 978-1-292-23355-0

Sylabus predmetu:

1. Reklama a jej význam pri predaji výrobkov. Rôzne reklamné médiá a spôsoby prezentácie výrobkov.
2. Reklamná kampaň. Používanie určitých a neurčitých členov, počítateľné a nepočítateľné podstatné mená.
3. Príprava a štruktúra prezentácie.
4. Financie a termíny z oblasti finančníctva. Riadenie investícií. Slovesá a predložky pri vyjadrovaní trendov.
5. Súčasná ekonomická situácia. Používanie čísel pri letopočtoch, desatinných číslach a zlomkoch.
6. Úspešný podnikateľský plán v konkurenčnom prostredí. Opis grafov.
7. Medzikultúrne rozdiely. Najdôležitejšie faktory, ktoré ovplyvňujú kultúru.
8. Rozdiely v etikete pri medzinárodných obchodných rokovaniach. Modálne slovesá.
9. Podniková kultúra pri obchodných stretnutiach a neformálnych schôdkach. Výrazy a frázy pri nadväzovaní spoločenských kontaktov.
10. Ľudské zdroje. Nábor zamestnancov. Pracovný pohovor. Telefonické získavanie informácií.
11. Postavenie žien v zamestnaní. Používanie infinitívnych a gerundiálnych štruktúr.
12. Prípadová štúdia. (výber témy na základe preberaného učiva). Opakovanie.
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 83

A	B	C	D	E	FX
8.43	21.69	22.89	20.48	14.46	12.05

Vyučujúci: PhDr. Eva Maierová, PhD., PaedDr. Alexandra Mandáková, PhD., Mgr. Michaela Grinaj, PhD., Mgr. Katarína Zamborová, PhD., Mgr. Linda Krajčovičová, PhD., Mgr. Peter Majláth, PaedDr. Darina Halašová, PhD., PaedDr. Žaneta Pavlíková, PhD.

Dátum schválenia: 11.12.2021

Dátum poslednej zmeny: 11.05.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KAJ FAJ/ OJA211020/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný anglický jazyk pre stredne pokročilých III. (11)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I., N	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20% Hodnotenie domácich zadaní - 10% Výsledky kombinovanej skúšky - 70%	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Porozumieť dlhším prejavom a prednáškam, vedieť čítať s porozumením články a správy, pochopiť hlavné myšlienky vo všeobecnom i odbornom texte, vedieť adekvátne komunikovať, vedieť napísať texty na rozmanité témy.	
Stručná osnova predmetu: 1. Voľný obchod 2. Medzinárodné trhy 3. Etika v podnikateľskom prostredí 4. Manažment 5. Efektívne štýly riadenia 6. Konkurencia	
Odporúčaná literatúra: Whitby, N.: Business Benchmark Pre-intermediate to intermediate. Cambridge University Press. 2013. ISBN 978-1-107-69399-9 Robbins, S.: First Insights into Business. Pearson Education Limited, 2000	
Sylabus predmetu: 1. Voľný obchod. Obchodné bariéry 2. Výhody a nevýhody voľného trhu pre národné ekonomiky. Podmienkové vety. Prvá a druhá podmienka 3. Rokovania. Stratégie pri rokovaní so zahraničnými partnermi	

4. Etika v podnikateľskom prostredí
5. Etika v písomnom prejave. Dodržiavanie etických princípov pri písaní životopisu
6. Prípadová štúdia. Minulý a predminulý čas
7. Manažment. Vrodené a získané predpoklady pre riadiacu prácu. Vlastnosti úspešného manažéra
8. Rôzne štýly riadenia. Vzťahné zámená
9. Prezentácia. Zostavenie prezentácie
10. Konkurencia v podnikateľskom prostredí
11. Štruktúra trhu. Pasívne slovesné tvary
12. Rokovania týkajúce sa dodávateľských zmlúv
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 76

A	B	C	D	E	FX
3.95	22.37	32.89	18.42	15.79	6.58

Vyučujúci: PaedDr. Alexandra Mandáková, PhD., Mgr. Katarína Zamborová, PhD., Ing. Mgr. Sonia Krajčík Danišová, PhD., Mgr. Peter Majláth, PaedDr. Eva Stradiotová, PhD.

Dátum schválenia: 11.12.2021

Dátum poslednej zmeny: 11.05.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KAJ FAJ/ OJA215150/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný anglický jazyk pre pokročilých III. (17)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I., N	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch –20 % Prezentácia projektu – 30 % Výsledok kombinovanej skúšky – 50 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Vedomosti: - nadobudnutie teoretických vedomostí o charakteristike a základných znakoch anglického odborného jazyka, - študent vie charakterizovať a identifikovať základné znaky odborného jazyka v texte a ovláda zásady tvorby odborných ekonomických textov v teoretickej a praktickej rovine. Kompetentnosti: - poznať základné princípy fungovania odborného jazyka, - študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, - rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný sa adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje, - v písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité odborné ekonomické témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie, - využívať pružne a efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na profesijné účely. Zručnosti: - nadobudnuté zručnosti využiť pri práci s odborným textom, napr. seminárna práca, záverečné práca, prípadová štúdia,	

- aplikovať primerané jazykové stratégie viažuce sa na tvorbu odborných textov (používanie vhodných lexikálnych, štylistických, morfosyntaktických prostriedkov) v cieľovom jazyku,
- získanie schopnosti vedome odlišiť vhodné od nevhodných jazykových prostriedkov v odbornej ekonomickej komunikácii (hovorové výrazy, syntakticky neúplné vety, nepresné, ambivalentné vyjadrenia a pod.).

Stručná osnova predmetu:

- Čo je cestovný ruch, cestovný ruch dnes, kariéra v cestovnom ruchu
- prieskum trhu, trendy v cestovnom ruchu, typy cestovného ruchu
- atrakcie, budovanie tematických parkov, pohostinnosť
- hotelový management, organizácia času
- spätná väzba, cestovné agentúry
- vplyv cestovného ruchu na životné prostredie, globálne otepľovanie a turizmus, zodpovedný cestovný ruch
- ekoturistika

Odporúčaná literatúra:

Walker, R., Harding, K. Tourism 3. Oxford: Oxford university press. 2011. ISBN 9780194551069
 Strutt, P. English for International Tourism Upper-Intermediate. Pearson. 2003. ISBN: 9781447903666
 Mol. H. English for Tourism and Hospitality. Reading: Garnet Publishing Ltd. 2008. ISBN 978 1 85954 942 8
 Allison, J., Appleby, R., Chazal de, E. (2009) The Business Advanced. Oxford: Macmillan. ISBN 978-0-230-02151-8
 Baade, K., Holloway, Ch., Hughes, J., Scrivener, J., Turner, R. (2018) Business Results. Advanced. Oxford: Oxford University Press. 2nd edition. ISBN 978-0-19-473906-1.

Sylabus predmetu:

- what is tourism, tourism today, careers in tourism
- market research, tourism trends, types of tourism
- attractions, building theme parks, hospitality
- hotel management, time management
- feedback, travel agencies
- the impact of tourism on the environment, global warming and tourism, responsible tourism
- ecotourism

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 753

A	B	C	D	E	FX
7.84	16.07	26.69	27.22	9.16	13.01

Vyučujúci: Mgr. Michaela Grinaj, PhD., PaedDr. Darina Halašová, PhD., PaedDr. Zuzana Hrdličková, PhD., Mgr. Ivana Kapráliková, PhD., Ing. Mgr. Sonia Krajčík Danišová, PhD., Mgr. Linda Krajčovičová, PhD., PhDr. Eva Maierová, PhD., Mgr. Peter Majláth, PaedDr. Alexandra Mandáková, PhD., PhDr. Zuzana Ondrejová, CSc., PaedDr. Žaneta Pavlíková, PhD., PhDr. Jarmila Rusiňáková, PhD., PaedDr. Eva Stradiotová, PhD., Mgr. Ján Strelinger, PhD., Mgr. Katarína Zamborová, PhD.

Dátum schválenia: 11.12.2021

Dátum poslednej zmeny: 11.05.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KAJ FAJ/ OJA215290/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný anglický jazyk pre pokročilých I. (12)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20 % Hodnotenie domácich zadaní – 20 % Výsledok záverečného písomného testu -60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Vedomosti: - nadobudnutie teoretických vedomostí o charakteristike a základných znakoch anglického odborného jazyka, - študent vie charakterizovať a identifikovať základné znaky odborného jazyka v texte a ovláda zásady tvorby odborných ekonomických textov v teoretickej a praktickej rovine. Kompetentnosti: - poznať základné princípy fungovania odborného jazyka, - študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, - rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný sa adekvátne vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje, - v písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité odborné ekonomické témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie, - využívať pružne a efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na profesijné účely. Zručnosti: - nadobudnuté zručnosti využiť pri práci s odborným textom, napr. seminárna práca, záverečné práca, prípadová štúdia,	

- aplikovať primerané jazykové stratégie viažuce sa na tvorbu odborných textov (používanie vhodných lexikálnych, štylistických, morfosyntaktických prostriedkov) v cieľovom jazyku,
- získanie schopnosti vedome odlišiť vhodné od nevhodných jazykových prostriedkov v odbornej ekonomickej komunikácii (hovorové výrazy, syntakticky neúplné vety, nepresné, ambivalentné vyjadrenia a pod.).

Stručná osnova predmetu:

- ako premýšľajú priekopníci, prvý dojem, networking (získavanie kontaktov)
- výroba a spotreba, ktorá zahŕňa zdieľanie, prenájom, opätovné použitie, opravu, renováciu a recykláciu existujúcich materiálov a výrobkov tak dlho, ako je to možné, životný cyklus výrobkov, efektívne pracovné stretnutia, rozhodovanie, riešenie problémov
- finančné investície, rokovania, marketing, vzťah so zákazníkom
- komunikačné zručnosti, trendy v oblasti zamestnanosti, riešenie konfliktov
- rušivé faktory v podnikaní, obchodná etika a spoločenská zodpovednosť podnikov
- brainstorming, riadenie pracovných stretnutí
- riešenie prípadovej štúdie, podnikateľský workshop

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

1. Dubicka, I., Rosenberg, M., O'Keeffe, M., Dignen, B., Hogan, M. (2020) Business Partner C1. Your Employability Trainer. Harlow: Pearson Education Limited. ISBN 978-1-292-24862-2
2. Dubicka, I. O'Keeffe, M. Market Leader Advanced. Pearson Education Limited. 3rd edition. ISBN-13: 978-1408237038
3. Trappe, T., Tullis, G. (2016) Intelligent Business Advanced. Pearson Education Limited. 2016 ISBN 978-1-4082-5597-1
4. MacKenzie, I. (2010) English for Business Studies. A course for Business Studies and Economics students. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. ISBN 978-0-521-74341-9

Doplňujúca literatúra:

1. Allison, J., Appleby, R., Chazal de, E. (2009) The Business Advanced. Oxford: Macmillan. ISBN 978-0-230-02151-8
2. Baade, K., Holloway, Ch., Hughes, J., Scrivener, J., Turner, R. (2018) Business Results. Advanced. Oxford: Oxford University Press. 2nd edition. ISBN 978-0-19-473906-1.
3. noviny: Financial Times,
4. časopis: The Economist

Sylabus predmetu:

1. týždeň: Charakteristické črty dobrého komunikátora; rozhodujúce faktory v komunikácii; druhy a formy komunikácie.
2. týždeň: Klady a zápory e-mailovej komunikácie; telefonovanie s obchodnými partnermi .
3. týždeň: Trendy vo vývoji súčasnej ekonomiky; hospodársky cyklus v ekonomike.
4. týždeň: Medzinárodný marketing; marketingová stratégia firmy.
5. týždeň: Svetové značky a výrobky.
6. týždeň: Brainstorming a jeho význam pre úspešné napredovanie organizácie.
7. týždeň: Firma. Vytváranie dobrých vzťahov v organizácii.
8. týždeň: Špecifiká obchodných vzťahov so zahraničnými partnermi (napr. Čína) .
9. týždeň: Vytváranie kontaktov.
10. týždeň: Indikátory úspechu firmy v podnikaní; inovácia ako jeden z dôležitých podmienok úspešného podnikania.
11. týždeň: Profil úspešného podnikateľa; jazyk a základné stratégie rokovaní; funkčná gramatika (prehľad a použitie časov).
12. týždeň: Prípadová štúdia (výber podľa prebratého učiva) .

13. týždeň: Opakovanie a záverečný test.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 942					
A	B	C	D	E	FX
6.26	15.61	22.93	22.19	19.43	13.59
Vyučujúci: Mgr. Ivana Kapráliková, PhD., PaedDr. Alexandra Mandáková, PhD., PhDr. Jarmila Rusiňáková, PhD., Mgr. Ján Strelinger, PhD., doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD., PaedDr. Žaneta Pavlíková, PhD., PhDr. Zuzana Ondrejová, CSc., PhDr. Eva Maierová, PhD., Mgr. Michaela Grinaj, PhD., Mgr. Katarína Zamborová, PhD., PaedDr. Darina Halašová, PhD., Ing. Mgr. Sonia Krajčík Danišová, PhD., Mgr. Peter Majláth, PaedDr. Eva Stradiotová, PhD., Mgr. Linda Krajčovičová, PhD., Mgr. Natalia Shumeiko, PhD., Mgr. Richard Kravec					
Dátum schválenia: 11.12.2021					
Dátum poslednej zmeny: 11.05.2022					
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KNJ FAJ/ OJD215001/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný nemecký jazyk pre pokročilých I. (12)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch - 20% Hodnotenie domácich zadaní - 20% Výsledky písomnej skúšky - 60%	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 hod - účasť na seminári 26 hod - príprava na seminár 26 hod- príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný sa adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne a efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely	
Stručná osnova predmetu: 1. Komunikácia na pracovisku 2. Marketing 3. Networking 4. Vzťahy na pracovisku 5. Úspech 6. Prípadová štúdia	
Odporúčaná literatúra: Müller, A., Schlüter, S.: Im Beruf Neu - Kursbuch, Sprachniveau B1+/B2, Hueber Verlag, ISBN 978-3-19-201190-0	

Müller, A., Schlüter, S.: Im Beruf Neu – Arbeitsbuch, Sprachniveau B1+/B2, Hueber Verlag, ISBN 978-3-19-201190-7

Sylabus predmetu:

1. týždeň Interná a externá komunikácia v podnikaní (e-mail)
2. týždeň Riešenie komunikačných zlyhaní
3. týždeň Trendy vo vývoji súčasnej ekonomiky
4. týždeň Marketing
5. týždeň medzinárodný marketing (zložené podstatné meno)
6. týždeň Svetové značky
7. týždeň Firma
8. týždeň Brainstorming
9. týždeň Budovanie vzťahov na pracovisku (frázové slovesá)
10. týždeň Rokovania
11. týždeň Networking (získavanie kontaktov)
12. týždeň Úspech (prípony, minulý a prítomný čas)
13. týždeň Riešenie prípadovej štúdie

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

nemecký

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 20

A	B	C	D	E	FX
15.0	30.0	30.0	10.0	10.0	5.0

Vyučujúci: Christina Hintersteiner, M.A., PhDr. Lucia Šukolová, PhD.

Dátum schválenia: 01.02.2022

Dátum poslednej zmeny: 03.05.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KNJ FAJ/ OJD215002/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný nemecký jazyk pre pokročilých II. (13)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch - 20% Hodnotenie domácich zadaní - 10% Výsledky kombinovanej skúšky - 70%	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 hod - účasť na seminári 26 hod - príprava na seminár 26 hod- príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný sa adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne, plynule a efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely	
Stručná osnova predmetu: 1. Motivačné faktory 2. Risk 3. Manažment 4. Manažérske typy riadenie podniku 5. Budovanie tímu 6. Prípadová štúdia	
Odporúčaná literatúra: Müller, A., Schlüter, S.: Im Beruf Neu - Kursbuch, Sprachniveau B1+/B2, Hueber Verlag, ISBN 978-3-19-201190-0	

Müller, A., Schlüter, S.: Im Beruf Neu – Arbeitsbuch, Sprachniveau B1+/B2, Hueber Verlag, ISBN 978-3-19-201190-7

Sylabus predmetu:

1. týždeň Spokojnosť na pracovisku
2. týždeň Motivačné faktory
3. týždeň Neohlásená obchodná návšteva (cold calling)
4. týždeň Risk
5. týždeň Rizikový manažment
6. týždeň Poistovníctvo
7. týždeň Manažment
8. týždeň Manažérske typy riadenie podniku
9. týždeň Presentovanie vybranej ekonomickej témy
10. týždeň Budovanie tímu
11. týždeň Organizovanie aktivít na utužovanie kolektívu
12. týždeň Riešenie konfliktov
13. týždeň Prípadová štúdia

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

nemecký

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 19

A	B	C	D	E	FX
26.32	26.32	31.58	10.53	5.26	0.0

Vyučujúci: Christina Hintersteiner, M.A.

Dátum schválenia: 01.02.2022

Dátum poslednej zmeny: 03.05.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KNJ FAJ/ OJD215003/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný nemecký jazyk pre pokročilých III. (17)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20 % Hodnotenie domácich zadaní – 10 % Výsledok záverečnej kombinovanej skúšky - 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 hod - účasť na seminári 26 hod - príprava na seminár 26 hod- príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný sa adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne, plynule a efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely	
Stručná osnova predmetu: 1. Financie 2. Služba zákazníkom 3. Krízový manažment 4. Fúzia 5. Akvizícia 6. Prezentácia	
Odporúčaná literatúra: KOČIŠOVÁ, Z., PATÉ, M.: Marketing und ausgewählte Themen der Weltwirtschaft. Bratislava, EKONÓM, 2018. ISBN 978-80-225-4510-5	

Sylabus predmetu:

1. týždeň Financie (finančná terminológia)
2. týždeň Získavanie financií
3. týždeň Rokovania
4. týždeň Zákazník
5. týždeň Služba zákazníkovi
6. týždeň Riešenie sťažností
7. týždeň Krízový manažment
8. týždeň Riešenie krízy
9. týždeň Etika a spoločenská zodpovednosť
10. týždeň Fúzia
11. týždeň Akvizícia
12. týždeň Spoločný podnik
13. týždeň Prezentácia

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

nemecký

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 20

A	B	C	D	E	FX
20.0	35.0	20.0	20.0	5.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Zuzana Kočišová**Dátum schválenia:** 01.02.2022**Dátum poslednej zmeny:** 03.05.2022**Schválil:** osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KNJ FAJ/ OJD215004/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný nemecký jazyk pre stredne pokročilých I. (9)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch - 20% Hodnotenie domácich заданий - 20% Výsledky písomnej skúšky - 60%	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 hod - účasť na seminári 26 hod - príprava na seminár 26 hod- príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný, text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách , ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život. Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely. Porozumieť dlhším prejavom a prednáškam za predpokladu, že téma je dostatočne známa. Vedieť čítať s porozumením článku a správy týkajúce sa súčasných problémov, pochopiť hlavné myšlienky vo všeobecnom i odbornom texte. V hovorenom prejave vedieť adekvátne komunikovať aj s diskutujúcimi, pre ktorých je cudzí jazyk rodným jazykom. V písomnom prejave vedieť napísať texty na rozmanité témy a vyjadriť v nich súhlasný alebo protikladný názor. Porozumieť hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, porozumieť textom, vedieť reagovať v rozličných situáciách, ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život, vedieť napísať jednoduchý text na bežné témy.	
Stručná osnova predmetu: 1. Kariérny plán 2. Štruktúra firmy 3. Rokovanie 4. Predaj 5. Komunikácia na pracovisku	

6. Prezentovanie

Odporúčaná literatúra:

ROS, Lourdes. Perspektive Deutsch, Kommunikation am Arbeitsplatz A2/B1+, Kursbuch mit Audio-CD, Klett, ISBN 978-3-12-675348-7

ROS, Lourdes. Perspektive Deutsch, Kommunikation am Arbeitsplatz A2/B1+, Übungsbuch, Klett, ISBN 978-3-12-675347-0

KUNOVSKÁ, Ingrid - MRÁZOVÁ, Mária - KUCHAROVÁ, Jana. Teória, cvičenia a texty k nemeckej gramatike. 1. vyd. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2016. ISBN 978-80-225-4253-1

Sylabus predmetu:

1. Kariérny plán (čo je kariérny plán, kariérny rast, modálne slovesá, príprava kariérneho plánu)
2. Pracovný pohovor (čo je pracovný pohovor, príprava pracovného pohovoru, prítomný jednoduchý čas)
3. Štruktúra firmy (typy firiem a ich štruktúra, opis firmy, prítomný čas)
4. Prezentovanie spoločnosti (štruktúra prezentácie)
5. Riešenie problémov vo firme (typy problémov, krízový manažment)
6. Riadenie firmy (typológia manažérov, nepriama reč)
7. Rokovanie I. (riešenie konfliktu, minulý čas jednoduchý)
8. Rokovania II. (dosiahnuť dohodu)
9. Predaj (nákupné zvyklosti, marketing, minulý čas)
10. Telefonovanie (výmena informácií)
11. Brainstorming (skupinové tvorivé myslenie)
12. Pracovné stretnutia (memo, email)
13. Prezentovanie (prezentovanie vybranej ekonomickej problematiky)

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

nemecký

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 549

A	B	C	D	E	FX
11.29	19.85	19.85	23.32	16.39	9.29

Vyučujúci: Mgr. Jana Kucharová, PhD., Mgr. Ingrid Kunovská, PhD., Mgr. Ing. Terézia Ondrušová, PhD., Mgr. Filip Kalaš, PhD., Mgr. Jozef Štefčík, PhD.

Dátum schválenia: 01.02.2022

Dátum poslednej zmeny: 03.05.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KNJ FAJ/ OJD215005/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný nemecký jazyk pre stredne pokročilých II. (10)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch - 20% Hodnotenie domácich заданий - 10% Výsledky kombinovanej skúšky - 70%	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 hod - účasť na seminári 26 hod - príprava na seminár 26 hod- príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný, text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách , ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely Porozumieť dlhším prejavom a prednáškam za predpokladu, že téma je dostatočne známa. Vedieť čítať s porozumením článku a správy týkajúce sa súčasných problémov, pochopiť hlavné myšlienky vo všeobecnom i odbornom texte. V hovorenom prejave vedieť adekvátne komunikovať aj s diskutujúcimi, pre ktorých je cudzí jazyk rodným jazykom. V písomnom prejave vedieť napísať texty na rozmanité témy a vyjadriť v nich súhlasný alebo protikladný názor. Porozumieť dlhším prejavom a prednáškam, vedieť čítať s porozumením článku a správy a pochopiť hlavné myšlienky vo všeobecnom i odbornom texte, vedieť adekvátne komunikovať, vedieť napísať texty na rozmanité témy.	
Stručná osnova predmetu: 1. Stres na pracovisku 2. Socializácia 3. Financie 4. Marketing 5. Komunikácia na pracovisku	

6. Prípadová štúdia

Odporúčaná literatúra:

ROS, Lourdes. Perspektive Deutsch, Kommunikation am Arbeitsplatz A2/B1+, Kursbuch mit Audio-CD, Klett, ISBN 978-3-12-675348-7

ROS, Lourdes. Perspektive Deutsch, Kommunikation am Arbeitsplatz A2/B1+, Übungsbuch, Klett, ISBN 978-3-12-675347-0

KUNOVSKÁ, Ingrid - MRÁZOVÁ, Mária - KUCHAROVÁ, Jana. Teória, cvičenia a texty k nemeckej gramatike. 1. vyd. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2016. ISBN 978-80-225-4253-1

Sylabus predmetu:

1. Stres na pracovisku (stresové situácie na pracovisku, kolokácie, riešenie konfliktu, minulý čas)
2. Socializácia (organizovanie konferencie, frázové slovesá)
3. Nezáväzná spoločenská konverzácia (organizovanie posedení)
4. Prijímanie hostí (privítanie hostí, interkultúrne rozdiely)
5. Financie
6. Číslovky (základné číslovky, radové číslovky, prezentovanie grafov)
7. Marketing (úloha marketingového manažéra, tvorba otázok)
8. Marketingová kampaň (význam marketingovej kampane, budúci čas)
9. Marketingový mix (produkt, cena, distribúcia, reklama)
10. Výrobok (typológia výrobkov, trpný rod)
11. Telefonovanie (frázy využívané pri telefonovaní, telefonická výmena informácií)
12. Pracovné stretnutia (memo, e-mail, prezentovanie ekonomickej témy)
13. Prípadová štúdia

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

nemecký

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 444

A	B	C	D	E	FX
13.51	13.96	20.5	21.62	16.89	13.51

Vyučujúci: Mgr. Jana Kucharová, PhD., Ing. Mgr. Magdaléna Paté, PhD.

Dátum schválenia: 01.02.2022

Dátum poslednej zmeny: 03.05.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KNJ FAJ/ OJD215521/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný nemecký jazyk pre stredne pokročilých III. (11)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch - 20% Hodnotenie domácich zadaní - 10% Výsledky kombinovanej skúšky - 70%	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 hod - účasť na seminári 26 hod - príprava na seminár 26 hod- príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný, text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách , ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely Porozumieť dlhším prejavom a prednáškam za predpokladu, že téma je dostatočne známa. Vedieť čítať s porozumením článku a správy týkajúce sa súčasných problémov, pochopiť hlavné myšlienky vo všeobecnom i odbornom texte. V hovorenom prejave vedieť adekvátne komunikovať aj s diskutujúcimi, pre ktorých je cudzí jazyk rodným jazykom. V písomnom prejave vedieť napísať texty na rozmanité témy a vyjadriť v nich súhlasný alebo protikladný názor. Porozumieť dlhším prejavom a prednáškam, vedieť čítať s porozumením článku a správy a pochopiť hlavné myšlienky vo všeobecnom i odbornom texte, vedieť adekvátne komunikovať, vedieť napísať texty na rozmanité témy.	
Stručná osnova predmetu: 1. Obchodná značka 2. Pracovná cesta 3. Reklama 4. Medzinárodný trh 5. Organizácia	

6. Prípadová štúdia

Odporúčaná literatúra:

ROS, Lourdes. Perspektive Deutsch, Kommunikation am Arbeitsplatz A2/B1+, Kursbuch mit Audio-CD, Klett, ISBN 978-3-12-675348-7

ROS, Lourdes. Perspektive Deutsch, Kommunikation am Arbeitsplatz A2/B1+, Übungsbuch, Klett, ISBN 978-3-12-675347-0

KUNOVSKÁ, Ingrid - MRÁZOVÁ, Mária - KUCHAROVÁ, Jana. Teória, cvičenia a texty k nemeckej gramatike. 1. vyd. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2016. ISBN 978-80-225-4253-1

Sylabus predmetu:

1. týždeň Obchodná značka (známe značky)
2. týždeň Luxusné značky (kolokácie so slovami značka, výrobok, trh)
3. týždeň Ochrana značky (poistenie, prítomný čas)
4. týždeň Pracovná cesta (organizácia pracovnej cesty, budúci čas)
5. týždeň Cestovanie (objednávanie hotela, letenky)
6. týždeň Reklama (typy reklamy, podstatné mená, určité a neurčité členy)
7. týždeň Reklamná kampaň
8. týždeň Medzinárodný trh (vývoj medzinárodného trhu, podmienkové vety)
9. týždeň Obchodovanie (rokovania)
10. týždeň Voľný obchod
11. týždeň Organizácia (pracovné pozície v rámci organizácie)
12. týždeň Štruktúra spoločnosti
13. týždeň Prípadová štúdia

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

nemecký

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 407

A	B	C	D	E	FX
22.11	21.87	24.82	18.67	6.63	5.9

Vyučujúci: Mgr. Zuzana Kočišová, Ing. Mgr. Magdaléna Paté, PhD., PhDr. Lucia Šukolová, PhD.

Dátum schválenia: 01.02.2022

Dátum poslednej zmeny: 03.05.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE210902/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný taliansky jazyk pre stredne pokročilých I. (9)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20 % Hodnotenie domácich zadaní – 20 % Výsledok záverečného písomného testu – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h 26h – účasť na seminároch 26h – príprava na seminár 26h – príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a základné rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách, ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život. Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Náborový proces 2. Prvý pracovný kontakt 3. Štruktúra firmy 4. Prezentácia výrobku a služieb 5. Medzinárodné pracovné stretnutie 6. Riešenie problémov vo firme	
Odporúčaná literatúra: Cherubini, N: Convergenze: Iperlibro di italiano per affari. Roma: Bonacci editore, 2012 Pelizza, G. – Mezzadri, M.: L'italiano in azienda. Perugia: Guerra Edizioni, 2002 Doplňkové články zo súčasnej talianskej tlače a internetu	

Sylabus predmetu:

- 1.týždeň Náborový proces (čo je to náborový proces, curriculum vitae, motivačný list)
2. týždeň Náborový proces II. (spôsoby hľadania práce)
3. týždeň Náborový proces III. (pracovný pohovor)
4. týždeň Prvý pracovný kontakt (prvý deň na novom pracovisku, oznamovanie sa k kolegami, rozhovor s nadriadeným)
5. týždeň Štruktúra firmy (typy firiem a ich právne formy)
6. týždeň Štruktúra firmy (štruktúra a opis firmy)
7. týždeň Prezentácia výrobku a služieb (Prezentácia výrobku a služieb počas veľtrhu)
- 8.týždeň Predaj (marketing, nákupné zvyklosti)
- 9.týždeň Medzinárodné pracovné stretnutie (telefonovanie, email, memo)
10. týždeň Medzinárodné pracovné stretnutie (pracovná cesta)
11. týždeň Medzinárodné pracovné stretnutie II. (vyjadrenie stanoviska, dosiahnutie dohody)
12. týždeň Riešenie problémov vo firme (definícia a analýza problému)
- 13.týždeň Prezentácia

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

taliančina

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 13

A	B	C	D	E	FX
46.15	38.46	15.38	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Elena Smoleňová, PhD., PaedDr. Ján Keresty, PhD.**Dátum schválenia:** 01.03.2022**Dátum poslednej zmeny:** 11.01.2022**Schválil:** osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE210903/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný ruský jazyk pre stredne pokročilých I. (9)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20 % Hodnotenie domácich zadaní – 20 % Výsledky písomnej skúšky – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 h účasť na seminároch 26 h semestrálny projekt 26 h písomná práca	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný, text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách , ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život. Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Zamestnanie a zamestnanecká politika. 2. Profesia a profesijné a profesné príležitosti. 3. Osobné doklady a písomná korešpondencia. 4. Vznik a založenie firmy. 5. Písomná a ústna komunikácia.	
Odporúčaná literatúra: DZIVÁKOVÁ, M. 2020. Ruský jazyk pre mierne pokročilých I. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM. STRELKOVÁ, K. et al. 2011. Sprievodca ekonomickou lexikou. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.	
Sylabus predmetu: 1. Ako sa zamestnať?	

2. Práca, pracovné príležitosti.
3. Profesie.
4. Životopis a osobné doklady.
5. Životopis.
6. Motivačný list.
7. Pracovný pohovor.
8. Založenie firmy – názov, logo, kontaktné údaje.
9. História firmy.
10. Voľné pracovné miesta vo firme.
11. Požiadavky na zamestnanca.
12. Riešenie prípadovej štúdie.
13. Hodnotenie vzdelávacích výsledkov a sebahodnotenie.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

ruština

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 120

A	B	C	D	E	FX
20.0	28.33	26.67	17.5	6.67	0.83

Vyučujúci: PhDr. Roman Kvapil, PhD., doc. Marina Vazanova, PhD., PaedDr. Ján Keresty, PhD.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE210904/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný španielsky jazyk pre stredne pokročilých I. (9)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % aktivita na seminároch 20 % domáce zadania 60 % záverečný písomný test	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h 26h účasť na seminároch 26h príprava na seminár 26h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný, text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách , ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život. Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Náborový proces 2. Prijatie pracovníka 3. Mailová a telefonická komunikácia 4. Reklama a marketing 5. Produkt a značka	
Odporúčaná literatúra: Povinná: Spišiaková, M., Varela Cano, D.P., Tužinská, S. Pavliková, Ž. Španielsky jazyk pre ekonómov, diplomatov a mediátorov 1. Tribun EU s.r.o, 2020 Prada de, M., Marcé, P. Entorno laboral. Edelsa 2017 Odporúčaná: Kol.autorov Lingea, Lexicon 7 Španielsky ekonomický slovník. ISBN: 978-80-7508-576-4 Aktuálne učebné materiály z časopisov, novín, a internetu.	
Sylabus predmetu:	

1. Curriculum vitae
2. Motivačný list
3. Náborový proces
4. Pracovný pohovor
5. Prijatie pracovníka
6. Pracovné prostredie
7. Mailová komunikácia
8. Telefonická komunikácia
9. Reklama
10. Marketing
11. Produkt
12. Značka
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
španielčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 117

A	B	C	D	E	FX
24.79	19.66	17.95	17.95	15.38	4.27

Vyučujúci: Mgr. Diana Patricia Varela Cano, PhD., Ing. Allan Jose Sequeira Lopez, PhD., Mgr. Želmíra Pavlíková, PhD., PaedDr. Ján Keresty, PhD.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE210905/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný francúzsky jazyk pre stredne pokročilých I. (9)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na cvičeniach – 20 % Domáce zadania – 20 % Písomná skúška – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a základné rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách, ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život. Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Náborový proces 2. Prijatie pracovníka 3. Mailová a telefonická komunikácia 4. Reklama a marketing 5. Produkt a značka	
Odporúčaná literatúra: Povinná: Dubois, A.-L. – Tauzin, B.: Objectif Express 2. Hachette Livre Paris 2009 Miquel, C.: Grammaire en dialogues. Niveau intermédiaire. B1. CLE International 2018 Odporúčaná: Rizeková, I. a kol.: Le monde des affaires, Vydavateľstvo Ekonóm, Bratislava 2007 Kozmová, J. – Brouland, P.: Francouzština v podnikové a obchodní praxi, Ekopress, Praha 2005 Doplňkové články zo súčasnej francúzskej tlače a z internetu.	

Sylabus predmetu:

1. Curriculum vitae
2. Motivačný list
3. Náborový proces
4. Pracovný pohovor
5. Prijatie pracovníka
6. Pracovné prostredie
7. Mailová komunikácia
8. Telefonická komunikácia
9. Reklama
10. Marketing
11. Produkt
12. Značka
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

francúzština

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 36

A	B	C	D	E	FX
44.44	27.78	5.56	13.89	8.33	0.0

Vyučujúci: Mgr. Martin Růžička, Ph.D.**Dátum schválenia:** 01.03.2022**Dátum poslednej zmeny:** 11.01.2022**Schválil:** osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211002/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný taliansky jazyk pre stredne pokročilých II. (10)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20 % Hodnotenie domácich zadaní – 10 % Výsledky kombinovanej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h 26h - účasť na seminároch 26h – príprava na seminár 26h – príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a základné rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách, ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život. Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Vzťahy na pracovisku 2. Firemná kultúra 3. Ľudské zdroje 4. Obchodná komunikácia 5. Marketing 6. Obchodná zmluva	
Odporúčaná literatúra: Povinná: Cherubini, N: Convergenze: Iperlibro di italiano per affari. Roma:Bonacci editore, 2012 Odporúčaná:	

Pelizza, G. – Mezzadri, M.: L'italiano in azienda. Perugia:Guerra Edizioni, 2002

Doplňkové články zo súčasnej talianskej tlače a internetu

Sylabus predmetu:

1. Pracovný kolektív, socializácia, organizovanie podujatí
2. Stresové situácie, riešenie konfliktov
3. Firemné hodnoty
4. Neformálna komunikácia v priateľskom prostredí
5. Získavanie ľudských zdrojov, nástroje motivácie
6. Pracovné podmienky
7. Obchodná komunikácia (obchodný list, email)
8. Etiketa obchodného telefonátu
9. Marketingová stratégia
10. Marketingová kampaň
11. Marketingový mix
12. Obchodná zmluva
13. Prípadová štúdia

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

taliančina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 6

A	B	C	D	E	FX
50.0	33.33	16.67	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Elena Smoleňová, PhD.

Dátum schválenia: 05.05.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211003/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný ruský jazyk pre stredne pokročilých II. (10)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20% Hodnotenie domácich zadaní – 10% Výsledky kombinovanej skúšky – 70%	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 h účasť na seminároch 26 h semestrálny projekt 26 h kombinovaná skúška	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný, text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách , ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život. Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Filozofia a dôvod založenia firmy. 2. Ciele a charakteristika podniku. 3. Činnosť podniku. 4. Podnikateľský plán. 5. Výrobky a služby.	
Odporúčaná literatúra: DZIVÁKOVÁ, M. 2020. Ruský jazyk pre mierne pokročilých I. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM. STRELKOVÁ, K. et al. 2011. Sprievodca ekonomickou lexikou. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.	
Sylabus predmetu: 1. Zoznámenie sa s firmou.	

2. Dôvod založenia firmy.
3. Ciele firmy.
4. Charakteristika firmy.
5. Spoločnosti s ručením obmedzeným.
6. Akciové spoločnosti.
7. Činnosť firmy.
8. Podnikateľský plán.
9. Štruktúra firmy.
10. Poskytované výrobky a služby firmy.
11. Slovensko-ruské spoločné firmy.
12. Riešenie prípadovej štúdie.
13. Hodnotenie vzdelávacích výsledkov a sebahodnotenie.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

ruština

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 92

A	B	C	D	E	FX
19.57	27.17	30.43	17.39	5.43	0.0

Vyučujúci: PhDr. Roman Kvapil, PhD., doc. PhDr. Mgr. Tatjana Grigorjanová, CSc.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211004/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný španielsky jazyk pre stredne pokročilých II. (10)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % aktivita na seminároch 10 % domáce zadania 70 % kombinovaná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h 26h účasť na seminároch 26h príprava na seminár 26h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný, text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách , ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život. Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Služobná cesta 2. Pracovná porada 3. Sťažnosť a reklamácia 4. Organizovanie kongresu/veľtrhu. 5. Podniková kultúra	
Odporúčaná literatúra: Povinná: Spišiaková, M., Varela Cano, D.P., Tužinská, S. Pavliková, Ž. Španielsky jazyk pre ekonómov, diplomatov a mediátorov 1. Tribun EU s.r.o, 2020 Prada de, M., Marcé, P. Entorno laboral. Edelsa 2017 Odporúčaná: Kol.autorov Lingea, Lexicon 7 Španielsky ekonomický slovník. ISBN: 978-80-7508-576-4 Aktuálne učebné materiály z časopisov, novín, a internetu.	
Sylabus predmetu:	

1. Vzťahy na pracovisku, pracovný kolektív
2. Podniková kultúra
3. Pracovná porada
4. Príprava pracovnej cesty (doprava, ubytovanie, stravovanie)
5. Služobná cesta
6. Prezentácia firmy
7. Prezentácia produktov
8. Rokovania s partnermi
9. Uzatvorenie obchodnej zmluvy
10. Odstúpenie od zmluvy
11. Sťažnosť a reklamácia
12. Organizovanie kongresu / veľtrhu
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
španielčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 115

A	B	C	D	E	FX
33.04	17.39	25.22	12.17	11.3	0.87

Vyučujúci: Ing. Allan Jose Sequeira Lopez, PhD., Mgr. Diana Patricia Varela Cano, PhD.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211005/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný francúzsky jazyk pre stredne pokročilých II. (10)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na cvičeniach – 20 % Domáce zadania – 10 % Výsledky kombinovanej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a základné rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách, ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život. Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Služobná cesta 2. Pracovná porada 3. Sťažnosť a reklamácia 4. Organizovanie kongresu/veľtrhu. 5. Podniková kultúra	
Odporúčaná literatúra: Povinná: Dubois, A.-L. – Tauzin, B.: Objectif Express 2. Hachette Livre Paris 2009 Miquel, C.: Grammaire en dialogues. Niveau intermédiaire. B1. CLE International 2018 Odporúčaná: Rizeková, I. a kol.: Le monde des affaires, Vydavateľstvo Ekonóm, Bratislava 2007 Kozmová, J. – Brouland, P.: Francouzština v podnikové a obchodní praxi, Ekopress, Praha 2005 Doplňkové články zo súčasnej francúzskej tlače a z internetu.	

Sylabus predmetu:

1. Vzťahy na pracovisku, pracovný kolektív
2. Podniková kultúra
3. Pracovná porada
4. Príprava pracovnej cesty (doprava, ubytovanie, stravovanie)
5. Služobná cesta
6. Prezentácia firmy
7. Prezentácia produktov
8. Rokovania s partnermi
9. Uzatvorenie obchodnej zmluvy
10. Odstúpenie od zmluvy
11. Sťažnosť a reklamácia
12. Organizovanie kongresu/veľtrhu
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

francúzština

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 34

A	B	C	D	E	FX
20.59	41.18	23.53	2.94	11.76	0.0

Vyučujúci: Mgr. Martin Růžička, Ph.D.**Dátum schválenia:** 01.03.2022**Dátum poslednej zmeny:** 11.01.2022**Schválil:** osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211102/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný taliansky jazyk pre stredne pokročilých III. (11)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na cvičeniach – 20 % Domáce zadania – 10 % Výsledky kombinovanej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a základné rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách, ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život. Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Manažment podniku 2. Obchodné rokovania 3. Značky výrobkov „Made in Italy“ 4. Medzinárodný trh 5. Taliansko- slovenská obchodná spolupráca 6. Prípadová štúdia	
Odporúčaná literatúra: Cherubini, N: Convergenze: Iperlibro di italiano per affari, Roma, Bonacci editore, 2012, 347 p. ISBN 978-88-7573-438-1	

Pelizza, G. – Mezzadri, M.: L'italiano in azienda. Perugia:Guerra Edizioni, 2002, 207 p. ISBN 978-88-7715-605-1

Doplňkové články zo súčasnej talianskej tlače a internetu

Sylabus predmetu:

1. týždeň Manažment podniku (pojem manažment, manažérske funkcie)
2. týždeň Štýly riadenia podniku
3. týždeň Organizačná štruktúra podniku
4. týždeň Všeobecné zásady obchodného rokovania
5. týždeň Príprava a priebeh obchodných rokovaní
5. týždeň Prestíž výrobkov s označením „Made in Italy“
7. týždeň Ochrana označenia „Made in Italy“
8. týždeň Medzinárodný systém obchodu, ekonomické prostredie Talianska
9. týždeň Politické a kultúrne prostredie Talianska
10. týždeň Taliansky kapitál na Slovensku
11. týždeň Etiketa obchodného rokovania s talianskym partnerom
12. týždeň Talianske strategické podniky na Slovensku
13. týždeň Prípadová štúdia

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

taliančina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 6

A	B	C	D	E	FX
16.67	33.33	50.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Elena Smoleňová, PhD.

Dátum schválenia: 05.05.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211103/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný ruský jazyk pre stredne pokročilých III. (11)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na cvičeniach – 20 % Domáce zadania – 10 % Výsledky kombinovanej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a základné rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách, ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život. Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Podniková kultúra. 2. Písomná korešpondencia. 3. Pracovno-právne vzťahy na pracovisku. 4. Sociokultúrne vzťahy medzi zahraničnými firmami. 5. Sídlo firmy, história a kultúra.	
Odporúčaná literatúra: STRELKOVÁ, K. 2010. Ruský jazyk pre mierne pokročilých II. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM. ISBN 978-80-225-3083-5. STRELKOVÁ, K. et al. 2011. Sprievodca ekonomickou lexikou. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM. ISBN 978-80-225-3153-5.	

Sylabus predmetu:

1. Podniková kultúra všeobecne.
2. Podniková kultúra vlastnej firmy.
3. Logo firmy, názov firmy, komunikácia firmy.
4. Vzťah vedenia firmy k zamestnancom.
5. Konflikty na pracovisku a ich riešenie.
6. Rokovania všeobecne.
7. Pracovné stretnutie.
8. Pozvánka zahraničného partnera. Jubileum firmy.
9. Program pobytu zahraničného partnera.
10. Exkurzia pre zahraničného partnera.
11. História mesta a jeho pamätihodnosti.
12. Riešenie prípadovej štúdie.
13. Hodnotenie vzdelávacích výsledkov a sebahodnotenie.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

ruština

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 88

A	B	C	D	E	FX
31.82	31.82	11.36	17.05	7.95	0.0

Vyučujúci: PhDr. Roman Kvapil, PhD., doc. PhDr. Mgr. Tatjana Grigorjanová, CSc.**Dátum schválenia:** 01.03.2022**Dátum poslednej zmeny:** 11.01.2022**Schválil:** osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211104/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný španielsky jazyk pre stredne pokročilých III. (11)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na cvičeniach – 20 % Domáce zadania – 10 % Výsledky kombinovanej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a základné rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách, ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život. Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Ekonómia a ekológia. 2. Logistika. 3. Výstavy a veľtrhy. 4. Obchodné rokovania. 5. Manažment. 6. Španielsko-slovenská obchodná spolupráca.	
Odporúčaná literatúra: Spišiaková, M., Varela Cano, D.P., Tužinská, S. Pavliková, Ž. Španielsky jazyk pre ekonómov, diplomatov a mediátorov 2. Tribun EU s.r.o, 2020 Prada de, M., Marcé, P. Entorno laboral. Edelsa 2017	

Kol. autorov Lingea, Lexicon 7 Španielsky ekonomický slovník. ISBN: 978-80-7508-576-4

Sylabus predmetu:

1. Ekonómia a ekológia I.
2. Ekonómia a ekológia II.
3. Logistika I.
4. Logistika II.
5. Výstavy a veľtrhy I.
6. Výstavy a veľtrhy II.
7. Obchodné rokovania I.
8. Obchodné rokovania II.
9. Manažment I.
10. Manažment II.
11. Španielsko-slovenská obchodná spolupráca I.
12. Španielsko-slovenská obchodná spolupráca II.
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

španielčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 110

A	B	C	D	E	FX
20.0	27.27	31.82	5.45	13.64	1.82

Vyučujúci: Ing. Allan Jose Sequeira Lopez, PhD., Mgr. Diana Patricia Varela Cano, PhD.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211105/21	Názov predmetu: CJ 2 - Odborný francúzsky jazyk pre stredne pokročilých III. (11)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na cvičeniach – 20 % Domáce zadania – 10 % Výsledky kombinovanej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a základné rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti, je schopný vytvoriť zrozumiteľný text na odborné témy, rozumie hlavným myšlienkam v zrozumiteľnom štandardnom prejave, rozumie textom, vie reagovať v rozličných situáciách, ktoré sú typické pre súkromný a profesionálny život. Jazykové kompetencie: využívať efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Ekonómia a ekológia. 2. Logistika. 3. Výstavy a veľtrhy. 4. Obchodné rokovania. 5. Manažment. 6. Francúzsko-slovenská obchodná spolupráca.	
Odporúčaná literatúra: Povinná: Dubois, A.-L. – Tauzin, B.: Objectif Express 2. Hachette Livre Paris 2009 Miquel, C.: Grammaire en dialogues. Niveau intermédiaire. B1. CLE International 2018	

Odporúčaná:

Rizeková, I. a kol.: Le monde des affaires, Vydavateľstvo Ekonóm, Bratislava 2007

Kozmová, J. – Brouland, P.: Francouzština v podnikové a obchodní praxi, Ekopress, Praha 2005

Doplňkové články zo súčasnej francúzskej tlače a z internetu.

Sylabus predmetu:

1. Ekonómia a ekológia I.
2. Ekonómia a ekológia II.
3. Logistika I.
4. Logistika II.
5. Výstavy a veľtrhy I.
6. Výstavy a veľtrhy II.
7. Obchodné rokovania I.
8. Obchodné rokovania II.
9. Manažment I.
10. Manažment II.
11. Francúzsko-slovenská obchodná spolupráca I.
12. Francúzsko-slovenská obchodná spolupráca II.
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

francúzština

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 32

A	B	C	D	E	FX
34.38	31.25	12.5	12.5	9.38	0.0

Vyučujúci: Mgr. Martin Růžička, Ph.D.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211201/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný slovenský jazyk pre pokročilých I. (12)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20 % Hodnotenie domácich zadaní – 20 % Výsledky písomnej skúšky – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 h účasť na seminároch 26 h semestrálny projekt 26 h písomná práca	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný sa adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne a efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Komunikácia v teórii a praxi. 2. Ekonómia a ekonomika. 3. Podnik a podnikanie. 4. Marketing a manažment. 5. Financie podniku.	
Odporúčaná literatúra: KVAPIL, R. 2016. Slovenčina pre ekonómov I. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM. ISBN 978-80-225-4286-9	
Sylabus predmetu:	

1. Interná komunikácia.
2. Externá komunikácia.
3. Komunikácia na pracovisku.
4. Trendy vo vývoji ekonomiky.
5. Čo je to vlastne ekonómia?
6. Výrobky a svet značky.
7. Podnik a podnikanie.
8. Náklady podniku a financie podniku.
9. Podnikateľský plán.
10. Marketing.
11. Manažment.
12. Riešenie prípadovej štúdie.
13. Hodnotenie vzdelávacej činnosti a sebahodnotenie.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 110

A	B	C	D	E	FX
21.82	20.0	25.45	20.91	11.82	0.0

Vyučujúci: Mgr. Martina Uličná, PhD., PhDr. Roman Kvapil, PhD.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211202/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný taliansky jazyk pre pokročilých I. (12)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20 % Hodnotenie domácich zadaní – 20 % Výsledok záverečného písomného testu – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78 h 26h – účasť na seminároch 26h – príprava na seminár 26h – príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne a efektívne získané jazykové poznatky a jazykové prostriedky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Trendy vo vývoji súčasnej ekonomiky 2. Manažment firmy 3. Networking 4. Daňový systém 5. Bankový systém 6. Zahraničný obchod	
Odporúčaná literatúra:	

Povinná:

Cherubini, N: Convergenze: Iperlibro di italiano per affari. Roma: Bonacci editore, 2012

Odporúčaná:

Pelizza, G. – Mezzadri, M.: L'italiano in azienda. Perugia: Guerra Edizioni, 2002

Doplňkové články zo súčasnej talianskej tlače a internetu

Sylabus predmetu:

1. týždeň Trendy vo vývoji slovenskej a talianskej ekonomiky
2. týždeň Trendy vo vývoji súčasnej svetovej ekonomiky
3. týždeň Typy manažmentu z geopolitického hľadiska
4. týždeň Príjmy výdavky firmy, rozpočet firmy
5. týždeň Networking (vymedzenie pojmu)
6. týždeň Networking (vybudovanie kvalitnej siete kontaktov, osobný branding)
7. týždeň Daňový systém (vymedzenie pojmu, priority daňového systému)
8. týždeň Daňový systém (podpora investícií, tvorby pracovných miest a zamestnanosti)
9. týždeň Bankový systém (bankové produkty – typy účtov a platobých kariet)
10. týždeň Bankový systém II. (typy pôžičiek a úverov)
11. týždeň Bankový systém II. (podmienky získania úveru)
11. týždeň Zahraničný obchod (zahraničné investície)
12. týždeň Zahraničný obchod II. (logistika a doprava)
13. týždeň Riešenie prípadovej štúdie

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

taliančina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 3

A	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Elena Smoleňová, PhD.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211203/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný ruský jazyk pre pokročilých I. (12)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20 % Hodnotenie domácich zadaní – 20 % Výsledky písomnej skúšky – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 h účasť na seminároch 26 h semestrálny projekt 26 h písomná práca	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný sa adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne a efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Ekonómia a ekonomika. 2. Hospodárstvo. 3. Trh a trhová ekonomika. 4. Podnikanie a marketing. 5. Kultúra a komunikácia.	
Odporúčaná literatúra: RECHTORÍKOVÁ, G. 2014. Ruština pre ekonómov I. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM. STRELKOVÁ, K. et al. 2011. Sprievodca ekonomickou lexikou. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.	

Sylabus predmetu:

1. Ekonomický systém – základné pojmy.
2. Ekonomické systémy – všeobecná ekonomická teória.
3. Svetové hospodárstvo.
4. Domáce hospodárstvo.
5. Trh.
6. Princípy trhovej ekonomiky.
7. Marketing.
8. Podnik a podnikanie.
9. Financie a náklady podniku.
10. Personálna politika podniku.
11. Podniková kultúra.
12. Riešenie prípadovej štúdie.
13. Hodnotenie vzdelávacích výsledkov a sebahodnotenie.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

ruština

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 9

A	B	C	D	E	FX
11.11	66.67	11.11	11.11	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Marina Vazanova, PhD.**Dátum schválenia:** 01.03.2022**Dátum poslednej zmeny:** 11.01.2022**Schválil:** osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211204/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný španielsky jazyk pre pokročilých I. (12)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % aktivita na seminároch 20 % domáce zadania 60 % záverečný písomný test	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h 26h účasť na seminároch 26h príprava na seminár 26h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný sa adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne a efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Obchodné spoločnosti 2. Obchodná komunikácia 3. Pracovný trh 4. Marketing, produkty 5. Trendy vo vývoji súčasnej ekonomiky	
Odporúčaná literatúra: Povinná: de Prada, M., Bovet, M. & Marcé, P. Entorno empresarial. Edelsa, 2014	

Odporúčaná:

Spišiaková, M., Varela Cano, D.P., Tužinská, S., Pavliková, Ž. Španielsky jazyk pre ekonómov, diplomatov a mediátorov 2. Tribun EU s.r.o, 2020

Etapas plus. C1. VVAA (2019). Etapas Plus. C1. Edinumen

Kol. autorov Lingea, Lexicon 7 Španielsky ekonomický slovník. ISBN: 978-80-7508-576-4

Aktuálne učebné materiály z časopisov, novín, a internetu.

Sylabus predmetu:

1. Základné typy španielskych obchodných spoločností
2. Španielske firmy na Slovensku
3. Obchodná komunikácia
4. Obchodný list
5. Manažérstvo ľudských zdrojov
6. Náborový proces
7. Pracovný trh, nezamestnanosť
8. Pracovný trh v Španielsku a hispanofónnych krajinách
9. Marketing
10. Výrobky a svetové značky
11. Prieskum trhu
12. Internetový predaj
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

španielčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 4

A	B	C	D	E	FX
25.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. María Carmen Sánchez Vizcaíno, PhD.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211205/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný francúzsky jazyk pre pokročilých I. (12)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na cvičeniach – 20 % Domáce zadania – 20 % Písomná skúška – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne a efektívne získané jazykové poznatky a jazykové prostriedky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Základné typy francúzskych obchodných spoločností. 2. Obchodná komunikácia, obchodný list. 3. Ľudské zdroje. 4. Trh práce vo Francúzsku. 5. Marketing, výrobky a svetové značky. 6. Trendy vo vývoji súčasnej ekonomiky.	
Odporúčaná literatúra: Povinná: Rizeková, I. a kol.: Le monde des affaires, Vydavateľstvo Ekonóm, Bratislava 2007 Miquel, C.: Grammaire en dialogues. Niveau avancé. B2-C1. CLE International 2013	

Odporúčaná:

Kozmová, J. – Brouland, P.: Francouzština v podnikové a obchodní praxi, Ekopress, Praha 2005
Dahan, L. – Morel, P.: Maîtrisez le Français Commercial en 40 dossiers, Langues pour tous – Pocket, Paris 2004

Aktuálne učebné materiály z časopisov, novín, a internetu.

Sylabus predmetu:

1. Základné typy francúzskych obchodných spoločností
2. Francúzske firmy na Slovensku
3. Obchodná komunikácia
4. Obchodný list
5. Manažérstvo ľudských zdrojov
6. Náborový proces
7. Pracovný trh, nezamestnanosť
8. Pracovný trh vo Francúzsku a frankofónnych krajinách
9. Marketing
10. Výrobky a svetové značky
11. Prieskum trhu
12. Internetový predaj
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

francúzština

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mag. (FH) Florence Gajdošová

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211301/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný slovenský jazyk pre pokročilých II. (13)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20 % Hodnotenie domácich zadaní – 10 % Výsledky písomnej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 h účasť na seminároch 26 h semestrálny projekt 26 h kombinovaná skúška	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný sa adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne, plynule a efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Profesie, zamestnanie a politika zamestnanosti. 2. Zamestnávateľia a pracovný pohovor. 3. Písomná komunikácia, obchodná korešpondencia. 4. Komunikácia na úradoch. 5. Kultúra a komunikácia.	
Odporúčaná literatúra: KVAPIL, R., ULIČNÁ, M. 2018. Slovenčina pre ekonómov II. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM. ISBN 978-80-225-4487-0.	
Sylabus predmetu:	

1. Ako sa zamestnať?
2. Profesie a požiadavky na výkon profesie.
3. Povinnosti zamestnávateľa a zamestnanca.
4. Pracovný pohovor.
5. Úradné listy a inzeráty.
6. Žiadosť, životopis a výpoveď.
7. Obchodná korešpondencia.
8. Normy STN na písanie úradných listov.
9. Komunikácia v banke.
10. Komunikácia na pošte.
11. Komunikácia na cudzineckej polícii.
12. Prípadová štúdia.
13. Hodnotenie vzdelávacích výsledkov a sebahodnotenie.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 104

A	B	C	D	E	FX
26.92	25.96	22.12	19.23	4.81	0.96

Vyučujúci: Mgr. Martina Uličná, PhD., PhDr. Roman Kvapil, PhD.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211302/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný taliansky jazyk pre pokročilých II. (13)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20 % Hodnotenie domácich заданий – 10 % Výsledky kombinovanej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78 h 26h- Účasť na seminároch 26h- Príprava na seminár 26h – Príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne a efektívne získané jazykové poznatky a jazykové prostriedky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Práca a zamestnanie 2. Podnikanie a závislá činnosť 3. Predpoklady úspešného podnikania 4. Budovanie tímu 5. Poisťovníctvo 6. Prípadová štúdia	
Odporúčaná literatúra:	

Cherubini, N: Convergenze: Iperlibro di italiano per affari. Roma:Bonacci editore, 2012

Odporúčaná:

Pelizza, G. – Mezzadri, M.: L'italiano in azienda. Perugia:Guerra Edizioni, 2002

Doplňkové články zo súčasnej talianskej tlače a internetu

Sylabus predmetu:

1. týždeň Súčasný vývoj pracovného trhu v Taliansku a na Slovensku
2. týždeň Najžiadanejšie profesie súčasnosti
3. týždeň Výhody a riziká podnikania
4. týždeň Formy podnikania
5. týždeň Osobnostné predpoklady úspešného podnikateľa
6. týždeň Marketingový prieskum trhu
7. týždeň Biznis plán
8. týždeň Podporovanie tímu
9. týždeň Motivovanie tímu
10. týždeň Riešenie konfliktov
11. týždeň Systém sociálneho poistenia
12. týždeň Systém komerčného poistenia
13. týždeň Prípadová štúdia

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

taliančina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 3

A	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Elena Smoleňová, PhD.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211303/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný ruský jazyk pre pokročilých II. (13)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20 % Hodnotenie domácich zadaní – 10 % Výsledky písomnej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 h účasť na seminároch 26 h semestrálny projekt 26 h písomná práca	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný sa adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne a efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Podnikanie. 2. Manažment. 3. Komunikácia na pracovisku. 4. Slovenská a ruská ekonomika – porovnanie. 5. Obchodné rokovania.	
Odporúčaná literatúra: RECHTORÍKOVÁ, G. 2014. Ruština pre ekonómov I. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM. STRELKOVÁ, K. et al. 2011. Sprievodca ekonomickou lexikou. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.	

Sylabus predmetu:

1. Podnik a podnikanie II.
2. Licencia a franchising.
3. Manažment.
4. Etika a komunikácia v obchode
5. Ekonomika Slovenskej republiky – prehľad.
6. Ekonomika Ruskej federácie – prehľad.
7. Spoločné slovensko-ruské podniky II.
8. Obchodné rokovania všeobecne.
9. Riešenie obchodných konfliktov.
10. Obchodná zmluva.
11. Ruský obchodný partner – charakteristika, odlišnosti.
12. Riešenie prípadovej štúdie
13. Hodnotenie vzdelávacích výsledkov a sebahodnotenie.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

ruština

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 5

A	B	C	D	E	FX
20.0	40.0	0.0	20.0	20.0	0.0

Vyučujúci: doc. Marina Vazanova, PhD.**Dátum schválenia:** 01.03.2022**Dátum poslednej zmeny:** 11.01.2022**Schválil:** osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211304/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný španielsky jazyk pre pokročilých II. (13)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % aktivita na seminároch 10 % domáce zadania 70 % kombinovaná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h 26h účasť na seminároch 26h príprava na seminár 26h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný sa adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne, plynule a efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Súčasná ekonomika 2. Manažment firmy 3. Rozpočet 4. Bankový systém 5. Zahraničný obchod 6. Logistika	
Odporúčaná literatúra: Povinná:	

Prada de, M., Marcé, P. Entorno empresarial. Edelsa 2014

Odporúčaná:

Spišiaková, M., Varela Cano, D.P., Tužinská, S. Pavliková, Ž. Španielsky jazyk pre ekonómov, diplomatov a mediátorov 2. Tribun EU s.r.o, 2020

Kol. autorov Lingea, Lexicon 7 Španielsky ekonomický slovník. ISBN: 978-80-7508-576-4

Aktuálne učebné materiály z časopisov, novín, a internetu.

Sylabus predmetu:

1. Trendy vo vývoji súčasnej ekonomiky
2. Trendy vývoja ekonomiky v hispanofónnych krajinách
3. Manažment firmy
4. Príjmy a výdavky firmy
5. Rozpočet firmy
6. Dotácie na rozvoj podnikania
7. Daňový systém
8. Bankový systém
9. Bankové produkty
10. Zahraničný obchod
11. Zahraničné investície
12. Logistika a doprava
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

španielčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 4

A	B	C	D	E	FX
50.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ángel Lozano Hernández

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211305/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný francúzsky jazyk pre pokročilých II. (13)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na cvičeniach – 20% Domáce zadania – 10% Výsledky kombinovanej skúšky – 70%	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne a efektívne získané jazykové poznatky a jazykové prostriedky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Trendy vo vývoji súčasnej ekonomiky. 2. Manažment firmy. 3. Rozpočet. 4. Banky, dane, burza. 5. Zahraničný obchod. 6. Logistika a doprava.	
Odporúčaná literatúra: Povinná: Rizeková, I. a kol.: Le monde des affaires, Vydavateľstvo Ekonóm, Bratislava 2007 Miquel, C.: Grammaire en dialogues. Niveau avancé. B2-C1. CLE International 2013 Odporúčaná:	

Kozmová, J. – Brouland, P.: Francouzština v podnikové a obchodní praxi, Ekopress, Praha 2005
Dahan, L. – Morel, P.: Maîtrisez le Français Commercial en 40 dossiers, Langues pour tous – Pocket, Paris 2004
Aktuálne učebné materiály z časopisov, novín, a internetu.

Sylabus predmetu:

1. Trendy vo vývoji súčasnej ekonomiky
2. Trendy vývoja ekonomiky vo frankofónnych krajinách
3. Manažment firmy
4. Príjmy a výdavky firmy
5. Rozpočet firmy
6. Dotácie na rozvoj podnikania
7. Daňový systém
8. Bankový systém
9. Bankové produkty
10. Zahraničný obchod
11. Zahraničné investície
12. Logistika a doprava
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

francúzština

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mag. (FH) Florence Gajdošová

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211701/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný slovenský jazyk pre pokročilých III. (17)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktivita na seminároch – 20 % Hodnotenie domácich zadaní – 10 % Výsledky písomnej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 h účasť na seminároch 26 h semestrálny projekt 26 h písomná práca	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka. Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný sa adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne a efektívne získané jazykové poznatky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Dejiny Slovenska – výber dejinných udalostí. 2. Slovenská republika v súčasnosti – vybrané kapitoly z reálií. 3. Krajina cudzincov v porovnaní so Slovenskom. 4. Politický a hospodársky systém Slovenska a krajiny cudzincov. 5. Konjugačný a deklinačný systém jazyka.	
Odporúčaná literatúra: KVAPIL, R., ULIČNÁ, M. 2019. Slovenčina pre ekonómov III. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM. ISBN 978-80-225-4487-0.	

KAČALA, J., PISARČÍKOVÁ, M. et al. 2003. Krátky slovník slovenského jazyka. Bratislava: Veda SAV. ISBN 80-224-0750-X.

PISARČÍKOVÁ, M. et al. 2004. Synonymický slovník slovenčiny. Bratislava: Veda SAV. ISBN 80-224-0801-8.

Pravidlá slovenského pravopisu. Bratislava: Veda SAV, 1993, 1998 etc.

Sylabus predmetu:

1. Dejiny v časových súvislostiach.
2. Osvietenstvo v dejinách Slovenska.
3. Prvá Československá republika.
4. Druhá svetová vojna.
5. Slovenské národné povstanie.
6. Revolučné udalosti 1989 a SR po revolúcii.
7. Slovenská republika v súčasnosti.
8. Mestá a miesta na Slovensku.
9. Politický systém SR.
10. Hospodársky systém SR.
11. Porovnanie Slovenska s krajinou cudzincov.
12. Prípadová štúdia.
13. Hodnotenie vzdelávacích výsledkov a sebahodnotenie.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 69

A	B	C	D	E	FX
34.78	36.23	20.29	4.35	4.35	0.0

Vyučujúci: Mgr. Martina Uličná, PhD.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211702/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný taliansky jazyk pre pokročilých III. (17)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na cvičeniach – 20 % Domáce zadania – 10 % Výsledky kombinovanej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne, plynule a efektívne získané jazykové poznatky a jazykové prostriedky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Financie 2. Účtovníctvo a finančné výkazy 3. Reklama 4. Zákazník 5. Krízový manažment 6. Prípadová štúdia	
Odporúčaná literatúra:	

Cherubini N.: Convergenze: Iperlibro di italiano per affari. Roma: Bonacci Editore, 2012, 347p.

ISBN 978-88-7573-438-1

Pelizza G. – Mezzadri M.: L'italiano in azienda. Perugia: Guerra Edizioni, 2002, 207p, ISBN

978-88-7715-605-1

Doplňkové články zo súčasnej talianskej tlače a internetu

Sylabus predmetu:

1. týždeň Financie (finančná terminológia)
2. týždeň Získavanie financií
3. týždeň Lobbying
4. týždeň Výkaz ziskov strát
5. týždeň Výkaz cash flow
6. týždeň Najpoužívanéjšie nástroje reklamy
7. týždeň Tvorba reklamy
8. týždeň Vplyv reklamy na spotrebiteľa
9. týždeň Služby zákazníkom
10. týždeň Reklamácia
11. týždeň Úlohy krízového manažmentu
12. týždeň Podnik v kríze
13. týždeň Prípadová štúdia

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

taliančina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 2

A	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Elena Smoleňová, PhD.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211703/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný ruský jazyk pre pokročilých III. (17)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na cvičeniach – 20 % Domáce zadania – 10 % Výsledky kombinovanej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúci ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne, plynule a efektívne získané jazykové poznatky a jazykové prostriedky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Obchod a obchodovanie. 2. Sociokultúrne prostredie. 3. Písomná komunikácia. 4. Dane a poistenia. 5. Banky a bankové operácie.	
Odporúčaná literatúra: MROVĚCOVÁ, L. 2007. Obchodní ruština. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-1738-5.	

STRELKOVÁ, K. et al. 2011. Sprievodca ekonomickou lexikou. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM. ISBN 978-80-225-3153-5.

Sylabus predmetu:

1. Slovensko-ruské obchodné kontakty.
2. Praktické minimum sociokultúrnej adaptácie.
3. Prostriedky rýchlej komunikácie v obchodnej sfére.
4. Druhy obchodnej korešpondencie a ich príklady.
5. Veľtrhy, výstavy, aukcie.
6. Obchodné rokovania.
7. Medzinárodné zmluvy.
8. Finančné a bankové operácie.
9. Poisťovníctvo a poisťovacie agentúry.
10. Daňové vyhlásenia a daňová povinnosť.
11. Podanie daňového vyhlásenia.
12. Riešenie prípadovej štúdie.
13. Hodnotenie vzdelávacích výsledkov a sebahodnotenie.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

ruština

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 5

A	B	C	D	E	FX
60.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Marina Vazanova, PhD.

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211704/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný španielsky jazyk pre pokročilých III. (17)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na cvičeniach – 20 % Domáce zadania – 10 % Výsledky kombinovanej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne, plynule a efektívne získané jazykové poznatky a jazykové prostriedky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Financie 2. Služba zákazníkom 3. Krízový manažment 4. Fúzia 5. Akvizícia 6. Prezентация	
Odporúčaná literatúra:	

Prada de, M., Marcé, P. Entorno empresarial. Edelsa 2014
Spišiaková, M., Varela Cano, D.P., Tužinská, S. Pavliková, Ž. Španielsky jazyk pre ekonómov, diplomatov a mediátorov 2. Tribun EU s.r.o, 2020
Kol. autorov Lingea, Lexicon 7 Španielsky ekonomický slovník. ISBN: 978-80-7508-576-4

Sylabus predmetu:

1. Financie (finančná terminológia)
2. Získavanie financií
3. Rokovania
4. Zákazník
5. Služba zákazníkov
6. Riešenie sťažností
7. Krízový manažment
8. Riešenie krízy
9. Etika a spoločenská zodpovednosť
10. Fúzia
11. Akvizícia
12. Spoločný podnik
13. Prezentácia

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

španielčina

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 4

A	B	C	D	E	FX
0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ángel Lozano Hernández

Dátum schválenia: 01.03.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KRASJ FAJ/ OJE211705/21	Názov predmetu: CJ 1 - Odborný francúzsky jazyk pre pokročilých III. (17)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na cvičeniach – 20 % Domáce zadania – 10 % Výsledky kombinovanej skúšky – 70 %	
Pracovné zaťaženie študenta: 78h: 26 h účasť na cvičeniach 26 h príprava na cvičenia 26 h príprava na skúšku	
Výsledky vzdelávania: Jazykové vedomosti: poznať základné princípy fungovania odborného jazyka a rozdiely medzi všeobecným a odborným jazykom Jazykové zručnosti: študent je schopný používať na požadovanej úrovni receptívne a produktívne jazykové zručnosti. Rozumie dlhším prejavom a rozhovorom; rozumie dlhším odborným textom so zložitou štruktúrou; je schopný adekvátne sa vyjadrovať k všeobecným a odborným témam a jasne formulovať myšlienky a postoje. V písomnom prejave vie vytvoriť zrozumiteľný, dobre usporiadaný a podrobný text na zložité témy, prejavujúc ovládanie kompozičných postupov, spojovacích výrazov a prostriedkov kohézie. Jazykové kompetencie: využívať pružne, plynule a efektívne získané jazykové poznatky a jazykové prostriedky, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné uplatnenie sa študenta v praxi, na spoločenské, akademické či profesijné účely.	
Stručná osnova predmetu: 1. Marketing 2. Cenová politika 3. Distribučná politika 4. Reklama, komunikačná politika 5. Obchod - jeho úlohy a význam 6. Zahraničný obchod 7. Kapitál a jeho koncentrácia, fúzie podnikov 8. Globalizácia a globalizačné tendencie	

Odporúčaná literatúra:

Povinná:

Rizeková, I. a kol.: Le monde des affaires, Vydavateľstvo Ekonóm, Bratislava 2007

Miquel, C.: Grammaire en dialogues. Niveau avancé. B2-C1. CLE International 2013

Odporúčaná:

Kozmová, J. – Brouland, P.: Francouzština v podnikovej a obchodní praxi, Ekopress, Praha 2005

Dahan, L. – Morel, P.: Maîtrisez le Français Commercial en 40 dossiers, Langues pour tous – Pocket, Paris 2004

Aktuálne učebné materiály z časopisov, novín, a internetu.

Sylabus predmetu:

1. Marketing I.
2. Cenová politika
3. Distribučná politika
4. Reklama
5. Obchod – jeho úlohy a význam
6. Zahraničný obchod
7. Kapitál a jeho koncentrácia
8. Fúzie podnikov
9. Globalizácia a globalizačné tendencie
10. Marketing II.
11. Komunikačná politika
12. Zahraničný obchod II.
13. Záverečný test

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

francúzština

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 1

A	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mag. (FH) Florence Gajdošová**Dátum schválenia:** 01.03.2022**Dátum poslednej zmeny:** 11.01.2022**Schválil:** osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KM FPM/OMB21028/21	Názov predmetu: Manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: <ul style="list-style-type: none">• vypracovanie a prezentácia záverečného projektu - 30%• prípadové štúdie - 10%• záverečná skúška - 60%	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovné zaťaženie študenta (v hodinách): pracovné zaťaženie študenta: 156 h. (účasť na prednáškach 26 h, účasť na seminároch 26 h, príprava na semináre 13 h, spracovanie semestrálneho projektu 39 h, príprava na skúšku 52 h)	
Výsledky vzdelávania: Vedomosť Získanie systémového pohľadu na problematiku riadenia s ohľadom na súčasné poznatky a trendy v tejto oblasti a s ohľadom na dynamiku vonkajšieho a vnútorného prostredia. Osvojenie si ucelených základných poznatkov z teórie manažmentu vo väzbe na udržateľný rozvoj podnikov z hľadiska funkčného, rozhodovacieho a informačného. Porozumenie kľúčovému pojmovému aparátu vo vzťahu k jednotlivým funkciám manažmentu. Nadobudnutie vedomostí z pohľadu metód a nástrojov, využívaných pri implementácii jednotlivých funkcií manažmentu. Pochopenie vzájomných súvislostí medzi uplatňovaním mäkkých a tvrdých nástrojov manažmentu a možnostiach ich využitia v praxi. Kompetentnosť <ul style="list-style-type: none">• využívať súbor poznatkov o princípoch, metódach, postupoch a technikách riadenia podnikov v podmienkach trhového hospodárstva,• identifikovať, analyzovať a aplikovať získané vedomosti pri riešení problémov súvisiacich s manažérskymi funkciami,• usmerňovať aktivity podnikových útvarov, kolektívov a jednotlivcov pomocou manažérskych funkcií na dosahovanie stanovených cieľov,• porozumieť a navrhnúť spôsoby racionálneho riešenia problémov spojených s riadením,• kombinovať a spájať vedomosti z manažmentu s vedomosťami zo súvisiacich spoločensko-vedných disciplín Zručnosť <ul style="list-style-type: none">• koncepčne riešiť problémy podniku, identifikovať najdôležitejšie otázky, tendencie a pravdepodobnosti vývoja a chápať veci vo vzájomnom vzťahu,	

- uplatňovať špecifické metódy a postupy v manažérskej praxi,
- efektívne usmerňovať podnikové procesy prostredníctvom techník a metód rozhodovania, plánovania, organizovania, riadenia ľudských zdrojov, vedenia a kontrolovania,
- efektívne motivovať podriadených a komunikovať so všetkými zainteresovanými skupinami podniku,
- efektívne pracovať v tíme a viesť tím.

Stručná osnova predmetu:

Tematické vymedzenie prednášok:

1. Charakteristika a základné východiská manažmentu.
2. Hlavné koncepcie manažmentu.
3. Manažérske rozhodovanie.
4. Informácie a informačný systém.
5. Stratégia a jej implementácia.
6. Plánovanie.
7. Organizovanie ako funkcia manažmentu.
8. Kontrola v manažmente.
9. Manažment ľudských zdrojov.
10. Podstata a obsah funkcie vedenia ľudí, štýly vedenia.
11. Komunikácia v manažmente.
12. Motivácia zamestnancov.
13. Etika v manažmente.

Tematické vymedzenie cvičení:

1. Úvod do problematiky manažmentu.
2. Vznik, vývoj a hlavné prístupy v manažmente.
3. Rozhodovacie procesy v manažmente.
4. Informácie a informačný systém.
5. Strategický manažment.
6. Plánovanie.
7. Podstata a obsah organizovania a organizačnej štruktúry.
8. Kontrola v manažmente.
9. Manažment ľudských zdrojov.
10. Vedenie ľudí.
11. Komunikácia.
12. Motivácia.
13. Etika v manažmente.

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

1. JANKELOVÁ, Nadežda a kol. Manažment. Praha : Wolters Kluwer, 2022. (v tlači)
2. JANKELOVÁ, Nadežda a kol. Manažment – prípadové štúdie. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. (v tlači)
3. MAJTÁN, Miroslav. Manažment. Bratislava: Sprint dva, 2016. 412 s. ISBN 978-80-89710-27-0.
4. MAJTÁN, Miroslav. Manažment – prípadové štúdie. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2015.
5. PORVAZNÍK, Ján. Celostný manažment. 5. preprac. a dopl. vyd. Bratislava : Sprint dva, 2011. 360 s. ISBN 978-80-8939-358-9.
6. VEBER, Jan a kol. Management. Praha : Management Press, 2012. 736 s. ISBN 978-80-7261-274-1.

7. ROBBINS, Stephen P. – COULTER, Mary A. Management. Pearson Education, 2021. 624 p. ISBN 9780136714491.
8. BATEMAN, Thomas et al. Management: Leading & Collaborating in a Competitive World. 13th ed. McGraw-Hill Education, 672 p. ISBN 978-12-5992-764-5.
9. CERTO, Samuel C. – CERTO, Trevis S. Modern Management: Concepts and Skills. 15th ed. New York, NY : Pearson, 2019, 501 p. ISBN 978-01-3472-913-8.
10. DAFT, Richard L. Management. 12th ed. Cengage Learning, 2015, 800 p. ISBN 978-13-0548-071-1.

Doplňková literatúra:

1. DRUCKER, Peter. Management. Routledge, 2012. 576 s. ISBN 978-11-3600-689-0.
2. JANKELOVÁ, Nadežda et al. Manažment a globálna hospodárska kríza. 1. vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálných štúdií, 2017. 122 s. ISBN 978-80-7556-024-7.
3. KOONTZ, Harold – WEHRICH, Heinz. Essentials of management. 10th ed. Chennai: Tata McGraw Hill Education, 2015, 540 pp., Rs. 647, ISBN: 978-9-3392-2286-4.
4. LUSSIER, Robert N. Management fundamentals : concepts, applications, and skill development. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2019. 597 p. ISBN 9781506389394.
5. PLUNKETT, Warren R. Management. 10th ed. South-Western College Pub, 2012, 744 p. ISBN 978-11-1122-134-8.
6. SCHERMERHORN, John R Jr. – BACHRACH, Daniel G. Exploring Management. 6th ed. John Wiley & Sons, 2017, 348 p. ISBN: 978-1-119-53760-1
7. WILKINSON, Adrian et al. The Oxford Handbook of Management. Oxford University Press, 2017, 571 p. ISBN 978-01-9870-861-2.

Sylabus predmetu:

Tematické vymedzenie prednášok:

1. Charakteristika a základné východiská manažmentu. Podstata, význam a úlohy manažmentu. Obsah manažmentu, vrátane jednotlivých funkcií. Deskriptívna a normatívna teória. Systémový prístup k manažmentu. Manažérske roly a zručnosti. Manažérske kompetencie. Profil manažéra. Vzdelávanie manažérov.
2. Hlavné koncepcie manažmentu. Historické základy vzniku manažmentu. Novodobé prístupy k manažmentu: klasická, behavioristická, moderná, empirická škola manažmentu, situačný prístup. Teritoriálne odlišnosti vývoja manažmentu. Manažment v globálnom prostredí. Nové koncepty manažmentu. Špecifické manažérske metódy a koncepty.
3. Manažérske rozhodovanie. Podstata a miesto rozhodovania v manažmente. Prvky rozhodovacieho procesu. Charakteristika a druhy rozhodovacích procesov a rozhodnutí. Fázy rozhodovacieho procesu. Spôsoby prípravy a prijatia rozhodnutia. Metódy rozhodovania.
4. Informácie a informačný systém. Podstata a významy pojmu informácia. Význam informácií pre prácu manažéra. Nedostatok a nadbytok informácií. Klasifikácia, aspekty, druhy, zdroje informácií. Informačné činnosti a informačný systém. Členenie informačného systému, podstata a úloha. Požiadavky na efektívny informačný systém.
5. Stratégia a jej implementácia. Rozdiely a spoločné znaky stratégie a taktiky, klasifikácia a druhy stratégií. Osobnosť strategického manažéra. Horizontálna a vertikálna štruktúra strategického manažmentu. Podniková, podnikateľská, funkčná a konkurenčná stratégia. Proces strategického riadenia. Formulácia cieľov a stratégie. Implementácia a hodnotenie stratégie.
6. Plánovanie. Podstata, obsah a dôvody plánovania. Integrovaný systém plánovania podniku. Druhy plánov, vrátane podnikateľského plánu. Funkčné zložky plánov. Algoritmus tvorby podnikových plánov. Kvalitatívne a kvantitatívne metódy a techniky plánovania.
7. Organizovanie ako funkcia manažmentu. Organizačná diferenciacia a organizačná integrácia činností. Proces organizovania. Tvorba organizačných štruktúr. Mechanistické a organické typy

organizačných štruktúr. Centralizácia a decentralizácia. Formálnosť a neformálnosť vzťahov. Tendencie rozvoja organizačných štruktúr.

8. Kontrola v manažmente. Fázy kontrolného procesu, klasifikácia kontroly. Tradičné a moderné techniky, metódy a postupy kontroly. Požiadavky na efektívny kontrolný systém. Vzťah kontroly, kontrolovania a controllingu.

9. Manažment ľudských zdrojov. Obsah, úlohy, teoretické východiská riadenia ľudských zdrojov. Plánovanie a zabezpečovanie ľudských zdrojov. Personálne funkcie v podniku. Hodnotenie pracovných výkonov. Odmeňovanie zamestnancov, benefity. Personálny marketing a personálny audit. Personálny rozvoj, vzdelávanie a manažment kariéry. Súčasné tendencie zmien vo vývoji ľudských zdrojov, vrátane diverzity pracoviska.

10. Podstata a obsah funkcie vedenia ľudí, štýly vedenia. Kontrast manažéra a lídra. Právomoc a moc a jej zdroje. Prístup k efektívnemu vedeniu ľudí. Koučing a mentoring.

11. Komunikácia v manažmente. Štruktúra, typy, formy, prostriedky, druhy manažérskej komunikácie. Verbálna a neverbálna komunikácia. Komunikačné kompetencie a komunikačné zručnosti. Zásady efektívnej manažérskej komunikácie. Tímová práca.

12. Motivácia zamestnancov. Význam a obsah motivácie, stimulácia. Správanie ľudí v organizácii, individuálna a skupinová motivácia. Proces motivácie. Obsahové a procesné teórie motivácie. Integrovaný prístup v motivácii. Motivačné programy. Východiská uplatňovania a prístupy uplatňované v súčasných motivačných programoch.

13. Etika v manažmente. Spoločenská zodpovednosť a udržateľnosť. Vnútorne a vonkajšie spoločenské prostredie organizácie. Etické štandardy a etické kódexy. Inštitucionalizácia a zvyšovanie účinnosti štandardov.

Tematické vymedzenie cvičení:

1. Úvod do problematiky manažmentu. Obsah a východiská manažmentu. Podstata, význam a úlohy manažmentu. Funkcie manažmentu. Manažér a jeho profil. Manažérske roly. Manažérske kompetencie.

2. Vznik, vývoj a hlavné prístupy v manažmente. Analýza klasických a súčasných koncepcií manažmentu vo svete. Manažment v globálnom prostredí. Nové koncepty a metódy manažmentu.

3. Rozhodovacie procesy v manažmente. Druhy rozhodovacích situácií. Metódy rozhodovania.

4. Informácie a informačný systém. Podstata a klasifikácia informácií. Členenie informačných systémov a ich využitie v manažérskej praxi.

5. Strategický manažment. Klasifikácia a druhy stratégií. Analýza prostredia, formulácia, implementácia a hodnotenie a kontrola stratégií.

6. Plánovanie. Ciele, zdroje, činnosti v podniku. Podstata a druhy plánov. Časové a objektové kritérium členenia plánov. Informácie pre potreby plánu. Techniky, metódy a postupy kontroly.

7. Podstata a obsah organizovania a organizačnej štruktúry. Tvorba organizačnej štruktúry podniku. Podstata a dimenzie organizačnej štruktúry. Divizionálne štruktúry. Maticové štruktúry.

8. Kontrola v manažmente. Typy kontroly. Techniky, metódy a postupy kontroly.

9. Manažment ľudských zdrojov. Analýza práce, náborové aktivity, výber zamestnancov. Personálny rozvoj, odmeňovanie zamestnancov.

10. Vedenie ľudí. Obsah, štýly vedenia. Transformačný a transakčný štýl vedenia. Vizionárske a tímové vedenie. Koučing a mentoring.

11. Komunikácia. Interpersonálna a manažérska komunikácia. Vnútropodniková komunikácia. Komunikačné zručnosti – aktívne načúvanie, asertivita, empatia. Tímová práca.

12. Motivácia. Obsah motivácie a stimulácie. Motivačné nástroje. Správanie ľudí v organizácii. Teórie motivácie.

13. Etika v manažmente. Spoločenská zodpovednosť a udržateľnosť. Analýza účastníkov ako súčasť spoločenskej zodpovednosti podnikov. Reporting a meranie spoločenskej zodpovednosti.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský

Poznámky:					
Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov: 713					
A	B	C	D	E	FX
6.87	14.59	22.02	30.15	13.74	12.62
<p>Vyučujúci: prof. Ing. Nadežda Jankelová, PhD., Ing. Lasha Abuladze, Ing. Richard Bednár, PhD., doc. Ing. Jana Blštáková, PhD., Ing. Andrea Čambalíková, PhD., Ing. Nina Dědečková, Mgr. Hana Gažová-Adamková, PhD., doc. Ing. Juraj Mišún, PhD., doc. Ing. Ivana Mišúnová Hudáková, PhD., Mgr. Oľga Nachtmannová, PhD., Mgr. Martin Novysesdlák, PhD., Ing. Diana Puhovichová, doc. Ing. Katarína Remeňová, PhD., MBA, Ing. Norbert Súkeník, doc. Ing. Marta Matulčíková, PhD., Ing. Vanda Čirčová, Ing. Branislav Zagoršek, PhD.</p>					
Dátum schválenia: 02.02.2022					
Dátum poslednej zmeny: 15.01.2022					
<p>Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.</p>					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KET NHF/ ONE21003/21	Názov predmetu: Základy ekonómie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatná práca, písomná práca, písomná skúška Semináre 40 %, z toho: Aktivita na seminároch 15 % Vypracovanie a prezentácia prípadovej štúdie v tíme 10 % Priebežné písomné 15 % Záverečná písomná skúška. 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové pracovné zaťaženie študenta: 130 hodín. Z toho: Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 13 hodín Spracovanie prípadovej štúdie formou tímovej spolupráce: 15 hodín Príprava na písomné previerky z kvantitatívnych a grafických úloh: 15 hodín Príprava na skúšku: 35 hodín	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: Študenti nadobudnú základné vedomosti z oblasti ekonómie. Získajú vedomosti o správaní sa trhových mikroekonomických subjektov a vedomosti o základných makroekonomických veličinách. Kompetencie: Študenti nadobudnú kompetencie v oblasti schopností analyzovať fungovanie trhu a správanie sa ekonomických subjektov na trhu, ako aj vývoj makroekonomických ukazovateľov a pochopenie základných väzieb medzi nimi. Zručnosti: Predmet rozvíja aj analytické a prezentačné zručnosti študentov, ako aj ich schopnosť pracovať v tíme. Počas absolvovania predmetu Základy ekonómie študenti získajú základné poznatky o fungovaní trhového systému a to tak z mikroekonomického ako aj makroekonomického pohľadu. Zároveň si osvoja schopnosť aplikovať teoretické poznatky pri posudzovaní konkrétnych	

problémov hospodárskej praxe. Počas seminárov študenti získajú základné poznatky z oblasti tímovej práce a osvoja si základy kritického myslenia.

Stručná osnova predmetu:

Predmet a metodológia ekonómie. Ekonomické zákony, typy hospodárstiev. Triáda ekonomických problémov. Trh a trhový mechanizmus, dopyt, ponuka, rovnovážna cena. Elasticita dopytu a ponuky. Správanie sa spotrebiteľa v trhovej ekonomike. Rozhodovanie sa firmami na trhu tovarov a služieb na konkurenčnom trhu v jednotlivých formách nedokonalkej konkurencie. Trh výrobných faktorov, rozdeľovanie dôchodkov, príjmové a dôchodkové nerovnosti na národnej i globálnej úrovni a alternatívy ich riešenia. Makroekonomická rovnováha, agregátny dopyt a agregátna ponuka. Meranie výkonnosti ekonomiky. Výdavková rovnováha. Ekonomický rast, zdroje, problém trvalo udržateľného rastu. Teoretické prístupy k ekonomickému cyklu, ekonomický cyklus v súčasnom období. Peňažný sektor ekonomiky, cenová stabilita, možnosti ovplyvňovať ekonomický vývoj monetárnou politikou. Štátny rozpočet, verejný dlh a fiškálna politika. Základné otázky makroekonómie otvorenej ekonomiky.

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

1. LISÝ, J. a kolektív: Ekonómia. Praha: Wolters Kluwer, 2016.
2. ROZBORILOVÁ, D. a kolektív: Ekonómia praktikum. Ekonomická teória 1. Druhé vydanie. Bratislava: Wolters Kluwer, 2018.
3. ROZBORILOVÁ, D. a kolektív: Ekonómia praktikum. Ekonomická teória 2. Druhé vydanie. Bratislava: Wolters Kluwer, 2018.

Doplňujúca literatúra:

1. PARKIN, M.: Economics, 12th edition. Harlow: Pearson Education, 2016.
2. MANKIW, G.M.: Principles of Economics, 8th edition. Boston: Cengage Learning, 2017.
3. LEVITT, D. S. – DUBNER, S. J.: Freakonomics (Skrytá stránka všetkého). Bratislava: Premedia, 2014.
4. LEVITT, D. S. – DUBNER, S. J.: SuperFreakonomics, Bratislava: Premedia, 2015.
5. THALER, R. – SUNSTEIN, C. R.: Nudge (Šťouch). Zlín: Kniha Zlín, 2010.
6. WHEELAN, CH.: Odhalená ekonómia: O suchopárnej vede trocha inak. Bratislava: Kaligram, 2012.
7. ACEMOGLU, D. – ROBINSON, J.: Proč státy selhávají (Kořeny moci, prosperity a chudoby). Praha: Argo, Dokořán, 2015.
8. Econ Talk, dostupné na: econtalk.org
9. Financial Times, dostupné na: ft.org
10. Freakonomics, dostupné na: freakonomics.org
11. Marginal revolution university, dostupné na: mru.org

Sylabus predmetu:

Témy prednášok/seminárov

1. TÝŽDEŇ

Úvod do štúdia ekonómie.

Vymedzenie predmetu ekonómie. Dve roviny skúmania ekonómie (mikro a makroekonómia). Dva prístupy v ekonómii (pozitívna a normatívna ekonómia). Desať princípov ekonómie. Ekonomický spôsob uvažovania, základné ekonomické zákony a pravidlá ekonómie. Základné otázky organizácie ekonomiky a špecifickosť ich riešenia v rôznych ekonomických systémoch. Hranica produkčných možností a jej význam.

2. TÝŽDEŇ

Trhový mechanizmus. Trh a trhový systém. Dopyt, ponuka a rovnovážna cena.

Trhový mechanizmus a jeho fungovanie. Nedokonalosti trhového mechanizmu, externality a verejné statky. Dopyt a krivka dopytu, zákon klesajúceho dopytu. Faktory ovplyvňujúce

veľkosť dopytu a posun krivky dopytu. Ponuka a krivka ponuky, zákon rastúcej ponuky. Faktory ovplyvňujúce veľkosť ponuky a posun krivky ponuky. Individuálny a trhový dopyt. Individuálna a trhová ponuka. Trhová rovnováha, rovnovážna cena a rovnovážne množstvo.

3. TÝŽDEŇ

Elasticita dopytu a ponuky.

Cenová elasticita dopytu – výpočet a faktory ovplyvňujúce cenovú elasticitu dopytu. Cenová elasticita dopytu a celkový príjem. Význam sledovania elasticity pre rozhodovanie firiem. Priama a krížová elasticita dopytu. Cenová elasticita ponuky – výpočet a faktory ovplyvňujúce cenovú elasticitu ponuky.

4. TÝŽDEŇ

Rovnováha spotrebiteľa.

Rovnováha spotrebiteľa a teória hraničnej užitočnosti. Preferencie spotrebiteľa a rozpočtové obmedzenie spotrebiteľa. Celková užitočnosť, hraničná užitočnosť, zákon klesajúcej hraničnej užitočnosti. Indiferenčná analýza (indiferenčná krivka, indiferenčná mapa, rozpočtová priamka) a rovnováha spotrebiteľa, grafická analýza. Dopad zmeny ceny a zmeny dôchodku spotrebiteľa na jeho rovnováhu.

5. TÝŽDEŇ

Náklady, príjmy a zisk firmy. Správanie sa firmy na konkurenčnom trhu.

Firma a jej základný cieľ. Náklady firmy, členenie nákladov firmy z časového hľadiska, krátkodobé a dlhodobé náklady. Celkové, priemerné a hraničné náklady. Príjmy firmy.

Vymedzenie základných črt dokonalej konkurencie. Funkcia individuálneho dopytu po produkcii firmy. Rovnováha firmy na konkurenčnom trhu z krátkodobého a dlhodobého hľadiska.

6. TÝŽDEŇ

Nedokonale konkurenčné trhové štruktúry, monopol, oligopol, monopolistická konkurencia.

Príčiny vzniku nedokonalkej konkurencie a jej jednotlivé formy. Monopol, typy monopolu.

Rovnováha monopolu z krátkodobého a dlhodobého hľadiska. Cenová diskriminácia.

Neefektívnosť monopolu. Oligopol, podstata a formy. Rovnováha firmy v podmienkach oligopolu. Charakteristické črty monopolistickej konkurencie. Rovnováha firmy v podmienkach monopolistickej konkurencie z krátkodobého a dlhodobého hľadiska.

7. TÝŽDEŇ

Trh výrobných faktorov. Rozdeľovanie dôchodkov.

Dopyt po výrobných faktoroch ako odvodený dopyt. Teória hraničnej produktivity a rozhodovanie firmy o optimálnom množstve inputov. Čiastkové trhy výrobných faktorov. Trh práce - ponuka a dopyt na trhu práce. Substitučný a dôchodkový efekt zmeny miezd. Prvky nedokonalosti konkurencie na trhu práce, Trh pôdy - ponuka a dopyt na trhu pôdy, rovnováha na trhu pôdy. Trh kapitálu - dopyt a ponuka na trhu kapitálu. Rovnováha na trhu kapitálu.

Rozdeľovanie dôchodkov, meranie dôchodkovej nerovnosti, príčiny dôchodkovej nerovnosti.

8. TÝŽDEŇ

Meranie výkonnosti ekonomiky, Základný makroekonomický model AD a AS.

Meranie ekonomickej aktivity – HDP, metódy výpočtu HDP, nominálny a reálny HDP.

Nedokonalosti HDP a alternatívne spôsoby merania výkonnosti ekonomiky. Vymedzenie pojmov agregátny dopyt a agregátna ponuka, faktory ovplyvňujúce veľkosť AD a AS, alternatívne prístupy k AS. Model AD-AS ako základný model makroekonomickej rovnováhy.

9. TÝŽDEŇ

Spotreba, úspory a investície.

Spotreba ako najväčšia zložka agregátneho dopytu. Zmeny v spotrebe a ich vplyv na AD.

Spotrebná funkcia, priemerný a hraničný sklon k spotrebe. Úspory a funkcia úspor. Priemerný a hraničný sklon k úsporám. Výdavková rovnováha v podmienkach uzatvorenej ekonomiky.

Investičný multiplikátor a jeho význam.

10. TÝŽDEŇ

Ekonomický rast a ekonomický cyklus.

Ekonomický rast, jeho meranie. Zdroje ekonomického rastu. Problémy ekonomického rastu v rozvinutých a menej rozvinutých krajinách. Ekonomický cyklus – jeho priebeh, základné a ohraničujúce fázy. Vplyv ekonomického cyklu na zmeny základných makroekonomických veličín. Cyklus vyvolaný šokmi na strane AD, šokmi na strane AS a jeho ilustrácia v AD-AS modeli.

11. TÝŽDEŇ

Peniaze, inflácia, nezamestnanosť.

Podstata a funkcie peňazí. Ponuka peňazí a peňažné agregáty. Dopyt po peniazoch a základné teórie dopytu po peniazoch, teória preferencie likvidity a kvantitatívna teória peňazí. Tvorba bankových peňazí a multiplikátor ponuky peňazí. Inflácia a jej meranie.. Dopytom ťahaná a nákladmi tlačená inflácia. Náklady inflácie. Deflácia a jej vplyv na ekonomiku. Nezamestnanosť a meranie nezamestnanosti. Formy nezamestnanosti. Prirodzená miera nezamestnanosti.

Alternatívne prístupy k Phillipsovej krivke.

12. TÝŽDEŇ

Fiškálna politika. Monetárna politika.

Fiškálna politika. Príjmy a výdavky štátneho rozpočtu. Deficit štátneho rozpočtu a štátny dlh. Ciele fiškálnej politiky a jej transmisný mechanizmus. Stabilizačná fiškálna politika, zámerná fiškálna politika a diskkrétne opatrenia fiškálnej politiky. Dopady fiškálnej politiky na stranu AD a na stranu AS. Monetárna politika, ciele monetárnej politiky. Typy monetárnej politiky. Transmisný mechanizmus monetárnej politiky. Nepriame nástroje monetárnej politiky. Krátkodobé a dlhodobé vplyvy monetárnej politiky v AD-AS modeli. Neštandardné nástroje monetárnej politiky.

13. TÝŽDEŇ

Medzinárodný obchod, medzinárodné menové vzťahy.

Podstata a príčiny existencie medzinárodného obchodu. Teórie medzinárodného obchodu, teória absolútnych a komparatívnych nákladov. Nástroje zahranično-obchodnej - clá a kvóty a ich dopady na efektívnosť alokácie zdrojov. Medzinárodný pohyb kapitálu a jeho formy. Rovnováha na medzinárodnom kapitálovom trhu. Platobná bilancia a jej štruktúra. Výmenný kurz, nominálny a reálny výmenný kurz. Formovanie menového kurzu. Systémy menových kurzov. dopyt a ponuka po mene. Teória parity kúpnej sily.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 952

A	B	C	D	E	FX
3.78	7.77	16.49	24.16	28.68	19.12

Vyučujúci: prof. Ing. Magdaléna Přívarová, CSc., Ing. Karol Trnovský, PhD., Ing. Peter Leško, PhD., Ing. Eleonóra Matoušková, PhD., Dr. habil. Ing. Mgr. Zsolt Horbulák, PhD., Ing. Peter Adamovský, PhD., Ing. Zuzana Brinčíková, PhD., prof. Ing. Anetta Čaplánová, PhD., Ing. Ľubomír Darmo, PhD., prof. Dr. Sophia Dimelis, Ph.D., Ing. Ivan Francisti, John Gilbert, doc. Ing. Vierošlava Holková, CSc., Ing. Ivana Lennerová, PhD., doc. Ing. Marta Martincová, CSc., Ing. Róbert Mészáros, MBA, Ing. Mgr. Hussein Mkiyes, B.Sc., prof. Ing. Eva Muchová, PhD., Ing. Marcel Novák, PhD., Ing. Andrej Přívara, PhD., Ing. Eva Sirakovová, PhD., László Szakadát, Ing. Matej Valach, PhD., Ing. Peter Martiška, Ing. Lucia Johanesová, Ing. Anna Kalafutová, Mgr. Lucia Kováčová, M.A.

Dátum schválenia: 03.02.2022

Dátum poslednej zmeny: 09.05.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21277/21	Názov predmetu: Marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 8	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % priebežné semestrálne hodnotenie 20 % semestrálna práca 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 208 hodín Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 26 hodín Spracovanie semestrálneho projektu: 26 hodín Príprava literárnej rešerše: 19 hodín Príprava na písomné overovanie vedomostí: 20 hodín Príprava na skúšku: 65 hodín	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti Študenti sa naučia absolvovaním predmetu rozumieť podstate a významu marketingu pre podnikanie a riadenie firmy. Získajú vedomosti o tvorbe hodnoty pre zákazníka a jeho postavení na trhu. Porozumejú konkurencii a jednotlivým prístupom zo strany podnikateľských subjektov k nej. Oboznámia sa s marketingovými nástrojmi a hlavnými procesmi a ich špecifikami. Získajú vedomosti o spôsoboch organizácie marketingu v rámci firmy i mimo nej. Oboznámia sa s trendmi v marketingu a jeho etickými aspektmi. Zručnosti Absolventi predmetu budú vedieť realizovať potrebné marketingové aktivity, zostavovať marketingové programy a uvádzať ich do praxe. Porozumejú zákazníkovi a konkurencii, ktoré predstavujú najväčší zdroj rizika a neistoty v podnikaní. Naučia sa vytvoriť a dodať hodnotu zákazníkovi. Porozumejú všetkým produktovým entitám a ich špecifickým marketingovým koncepciam. Dokážu koordinovať jednotlivé marketingové aktivity v súlade s vývojom marketingového prostredia a konkurencie. Kompetentnosti	

Úspešným absolvovaním predmetu študenti nadobudnú kompetencie, ktoré im umožnia uplatniť sa na pracovných pozíciách v oblasti marketingu, obchodu a predaja vo všetkých typoch podnikov. Dokážu pôsobiť v interakcii so svojimi zákazníkmi a obchodnými partnermi pri riešení úloh a problémov v podnikaní, obchode a marketingu. Osvoja si proaktívny prístup k podnikateľským, obchodným a marketingovým aktivitám v konkurenčnom prostredí.

Stručná osnova predmetu:

Úvod do marketingu. Marketing ako koncepcia riadenia a podnikania. Koncept 4P a 4C. Marketingové prostredie. Nákupné správanie spotrebiteľov a organizácií. Marketingový informačný systém a marketingový výskum. Segmentácia trhu, výber cieľového trhu a tvorba trhovej pozície. Marketingový mix – produkt, cena, distribúcia, marketingová komunikácia, ľudia. Marketingový manažment: analýza, plánovanie a stratégia, implementácia, kontrola a rozhodovanie. Marketing ako podniková funkcia, outsourcing marketingu. Nový (holistický) marketing. Udržateľný marketing. Etika v marketingu. Trendy v marketingu.

Odporúčaná literatúra:

1. Hanuláková, E. a kol. Marketing – ľudia, nástroje, trendy. Bratislava: Wolters Kluwer, 364s. ISBN: 978-80-571-0438-4
2. Blythe, J., Martin, J. Essentials of marketing. Harlow: Pearson Education, 2023, 384s. ISBN: 9781292429533
3. Green, M. C., Keegan, W. J. Global marketing. Harlow: Pearson Education, 2020, 632s. ISBN: 9781292304021
4. Wilson, A. Services Marketing: Integrating Customer Service Across the Firm. New York: McGraw Hill, 2020, ISBN: 9781526847805

Sylabus predmetu:

1. Marketing – pojem, podstata, hlavné koncepcie. 4P a 4C. Tvorba hodnoty pre zákazníka. Vznik a vývoj marketingu. Kritika marketingu. Marketing a ostatné podnikateľské, podnikové a manažérske disciplíny.
2. Marketingové prostredie. Externé prostredie. Interné prostredie. Medzinárodné a globálne prostredie.
3. Trh konečných spotrebiteľov a spotrebiteľské správanie.
4. Trh organizácií a spotrebiteľské správanie organizácií.
5. Marketingový informačný systém. Marketingový výskum.
6. Segmentácia trhu. Výber cieľových skupín. Tvorba trhovej pozície.
7. Produkt – pojem a podstata. Úrovne produktu. Životný cyklus produktu. Vývoj nového produktu. Ďalšie produktové entity - služby, osoby, miesta, myšlienky a organizácie a ich marketingové koncepcie.
8. Cena v marketingu – pojem a podstata. Cenové modifikácie a stratégie.
9. Distribúcia a logistika. Maloobchod. Veľkoobchod. Reverzná distribúcia. Distribučné stratégie.
10. Integrovaná marketingová komunikácia. Nástroje komunikačného mixu. Moderné nástroje marketingovej komunikácie.
11. Marketingový manažment - analýza, plánovanie, implementácia a kontrola. Organizovanie a rozhodovanie. Marketingové metriky.
12. Marketing ako podniková funkcia a jeho organizácia. Ľudia určení na marketingový výkon. Outsourcing v marketingu. Marketing v neziskových organizáciách.
13. Trendy v marketingu. Nový (holistický) marketing. Udržateľný marketing a spoločenská zodpovednosť firiem. Etika v marketingu.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1001

A	B	C	D	E	FX
19.38	22.78	23.78	21.18	10.69	2.2

Vyučujúci: doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc., Ing. Mgr. Janka Kopaničová, PhD., Ing. Marína Korčoková, PhD., Ing. Dana Vokounová, PhD., doc. Ing. Zuzana Francová, PhD., Ing. Dagmar Klepochová, PhD., Ing. Michal Vávra, PhD., Ing. Dominika Škerlíková, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 04.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21278/21	Názov predmetu: Aplikovaná informatika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 4 Za obdobie štúdia: 52 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % priebežné semestrálne hodnotenie 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 156 hodín Účasť na seminároch: 52 hodín Príprava na semináre: 13 hodín Spracovanie priebežných zadaní: 13 hodín Príprava na písomné overovanie vedomostí: 26 hodín Príprava na skúšku: 52 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študent nadobudne poznatky týkajúce sa základných princípov v oblasti spracovania obchodných dát, informácií a znalostí, ich ukladania a získavania. Budú sa vedieť orientovať v dostupných nástrojoch na zhromažďovanie, ukladanie obchodných informácií. Absolventi sa na praktických cvičeniach naučia využívať pokročilé formátovanie a prepájanie dát ako aj vyhodnocovať dáta pomocou pokročilých tabuliek a grafov, podmienených výpočtov, nadobudnú schopnosti ako správne interpretovať výsledky spracovania obchodných dát. Absolvovaním predmetu študenti nadobudnú kompetencie, ktoré im umožnia v manažérskych, obchodných, alebo analytických pozíciách sa flexibilne orientovať v disponibilných obchodných dátach. Vedieť ich správne využiť, získať a interpretovať z nich potrebné informácie, ktoré sú potrebné na podporu rozhodovania.	
Stručná osnova predmetu: Predmet sa zaoberá spracovaním obchodných a ekonomických dát. Prostredníctvom štandardných dostupných nástrojov sa predmet zaoberá tvorbou vzorcov a funkcií, ich správnym nastavením, previazanosťou, importovaním dát, ich analýzou, grafickou interpretáciou. V neposlednom rade je pozornosť venovaná aj automatizácii výpočtových procesov a novým trendom v oblasti využitia dostupných nástrojov v oblasti spracovania dát na podporu rozhodovania.	
Odporúčaná literatúra:	

1. KOKLES, Mojmír – ROMANOVÁ, Anita. Informatika. 2. rozš. a preprac. vyd. Vydavateľstvo Bratislava Sprint 2. Economics. 2020. ISBN 978-80-89710-40-9.
2. KLATOVSKÝ, Karel. Microsoft Excel 2021/365 nejen pro školy. Vydavateľstvo Prostějov Computer Media, 2023. ISBN 978-80-7402-451-1.
3. WINSTON, Wayne. et al. Microsoft Excel Data Analysis and Business Modeling (Office 2021 and Microsoft 365), 7th Edition. Vydavateľstvo Microsoft Press 2022. 1168 s., ISBN 978-0-13-761366-3

Sylabus predmetu:

1. Úvod k predmetu. IT nástroje na spracovanie obchodných a ekonomických dát
2. Zdieľanie dát, ochrana a overovanie dát
3. Pokročilá práca s tabuľkami v prostredí veľkých dát
4. Vzorce a funkcie – vytváranie vzorcov a funkcií, testovanie a kontrola, používanie štandardných vzorcov a funkcií
5. Využitie logických a štatistických funkcií v tabuľkových procesoroch v obchodnej agende podniku
6. Využitie databázových a textových funkcií v tabuľkových procesoroch v obchodnej agende podniku, podmienené formátovanie
7. Analytický nástroj SOLVER – simulácia a optimalizácia obchodných modelov
8. Import dát do tabuľkových procesorov, úprava dát
9. Databázové tabuľky a ich využitie na analýzu ekonomických dát
10. Kontingenčné tabuľky a ich využitie na analýzu dát
11. Vytváranie grafických výstupov, ich využitie pri spracovaní výsledkov analýz a hodnotení v textových a prezentačných formátoch
12. Využitie makier pri nastavení automatizácie výpočtov
13. Nové trendy, nové nástroje v kancelárskych softvérových balíkoch

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 670

A	B	C	D	E	FX
53.13	30.75	9.85	4.78	1.34	0.15

Vyučujúci: Ing. Peter Červenka, PhD., doc. Ing. Martin Kuchta, PhD., MBA, Ing. Lukáš Piatra, M.A.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 03.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21279/21	Názov predmetu: Marketing na sociálnych sieťach
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % - priebežné zadania 60 % - písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 78 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 13 hodín Práca na priebežných zadaniach: 13 hodín Príprava na skúšku: 26 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti absolvovaním predmetu získavajú prehľad o možnostiach využitia sociálnych sietí na prezenčné a komunikačné marketingové účely firmy. Predmet definuje sociálne siete a identifikuje tie najrelevantnejšie pre slovenský trh. Vysvetľuje kľúčové výkonnostné parametre sociálnych sietí, definuje obsahový a výkonnostný prístup k sociálnym sieťam a vysvetľuje pozíciu sociálnych sietí v digitálnom komunikačnom mixe firmy. Absolvent predmetu získava zručnosti v strategickom plánovaní obsahu pre sociálne siete, naučí sa prístupy a stratégie pri propagácii príspevkov a pri komunikácii prostredníctvom reklám v inzertných informačných systémoch vybraných sociálnych sietí, zorientuje sa v distribučných možnostiach a servise obsahu naprieč vybranými sociálnymi sieťami a naučí sa pracovať s analytickými nástrojmi určenými pre automatizáciu správy sociálnych sietí. Absolvent predmetu získa vedomosti a praktické zručnosti, vďaka ktorým sa dokáže uplatniť v širokom spektre firiem, ktoré priamo sociálne siete využívajú alebo s nimi vo svojej podnikateľskej činnosti prichádzajú do kontaktu. Študent môže nájsť uplatnenie v marketingových agentúrach, vo firmách alebo v médiách, ktoré majú svoje portfóliu diverzifikované aj o digitálne prostredie.	
Stručná osnova predmetu: Sociálne siete v súčasnosti slúžia na vytvorenie prezencie firmy na internete a na distribúciu vytváraného obsahu. Predmet definuje sociálne siete z globálneho hľadiska a identifikuje tie najrelevantnejšie pre slovenský trh. Orientuje sa na definíciu vybraných sociálnych sietí, ich históriu, aktuálne využitie z globálneho aj lokálneho hľadiska, marketingové možnosti pre firmy a	

potenciál do budúcich období. Predmet študentom objasňuje a na praktických zadaniach vysvetľuje obsahový a výkonnostný prístup k manažmentu vybraných sociálnych sietí.

Odporúčaná literatúra:

DAHL, Stephan. Social media marketing : theories & applications. London : SAGE Publications, 2015. 268 s. ISBN 978-1-4462-8074-4.

DORČÁK, Peter. eMarketing : ako osloviť zákazníka na internete. Recenzenti: Radoslav Delina, Radovan Bačík. 1. vyd. Prešov : EZO.sk, 2012. 125 s. [6,25 AH]. ISBN 978-80-970564-4-5.

DORČÁK, Peter - POLLÁK, František. Marketing & e-business : ako sa zorientovať v základných pojmoch a procesoch nového marketingu. Recenzenti: Ivana Butoracová Šindleryová , Martina Ferencová, Radovan Bačík. 1. vyd. Prešov : EZO.sk, 2010. 113 s. [3,06 AH]. ISBN 978-80-970564-0-7.

FERENCZ, Vojtech. Inovačný marketing. Recenzenti: Peter Mesároš, Branislav Kršák. 1. vyd. Košice : VÚSI, 2013. 197 s. [13,13 AH]. ISBN 978-80-89383-24-5.

Sylabus predmetu:

1. Vznik a súčasný stav sociálnych sietí
2. Vytvorenie prezencie firmy na sociálnych sieťach
3. Definícia kľúčových výkonnostných ukazovateľov
4. Obsahový prístup k sociálnym sieťam
5. Výkonnostný prístup k sociálnym sieťam
6. Community management
7. Kategorizácia typov obsahu pre sociálne siete
8. Tvorba vybraných typov obsahu
9. Distribúcia obsahu na sociálnych sieťach
10. Prepojenia medzi sociálnymi sieťami
11. Interné inzertné informačné systémy sociálnych sietí
12. Automatizácia komunikácie prostredníctvom nástrojov tretích strán
13. Ukážky úspešných komunikačných realizácií na sociálnych sieťach

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 82

A	B	C	D	E	FX
45.12	48.78	4.88	0.0	1.22	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Martin Kuchta, PhD., MBA, Ing. Dominika Škerlíková, PhD.

Dátum schválenia: 29.09.2022

Dátum poslednej zmeny: 30.03.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21283/21	Názov predmetu: Marketingový výskum
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 8	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % priebežné semestrálne hodnotenie 20 % semestrálna práca 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 208 hodín, z toho: Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 26 hodín Spracovanie semestrálneho projektu: 26 hodín Príprava literárnej rešerše: 19 hodín Príprava na písomné overovanie vedomostí: 20 hodín Príprava na skúšku: 65 hodín	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti Absolvent predmetu získa poznatky o procese marketingového výskumu od stanovenia cieľa výskumu, cez jeho realizáciu, kvalitatívne a kvantitatívne metódy, až po interpretáciu zistení a výsledkov a ich spracovanie v podobe výstupov z marketingového výskumu (záverečná správa, prezentácia). Zručnosti Absolvent vie ako správne zostaviť dotazník a ako ho používať ako nástroj zberu údajov v rámci marketingového výskumu. Bude vedieť rozhodnúť o výbere metódy zberu údajov. Bude ovládať metódy spracovania a úpravy dát v marketingovom výskume. Výsledkom bude finálna prezentácia projektu. Absolvent dokáže používať softvér R v empirickom ekonomickom výskume. Bude schopný samostatne ďalej rozvíjať svoje vedomosti v oblasti štatistických metód a v používaní moderných softvérov, bude rozumieť empirickým štúdiám z oblasti marketingu a bude ich schopný použiť v nových kontextoch. Kompetentnosti Absolvent bude schopný formulovať výskumnú otázku, resp. ekonomický problém a navrhnuť výskumný dizajn pre jeho preskúmanie s využitím empirických metód.	

Stručná osnova predmetu:

Pojem a podstata marketingového výskumu, typy marketingového výskumu, rozhodovanie o opodstatnenosti marketingového výskumu, výskum na B2C a B2B trhoch. Projekt marketingového výskumu. Výberové zisťovanie. Dotazník, typy škál, validita, reliabilita (Cronbachova alfa). Spracovanie a analýza údajov. Vybrané metódy kvantitatívneho výskumu (testovanie hypotéz a ich interpretácia - parametrické aj neparametrické testy, ANOVA test, Chí-kvadrát test). Kvalitatívny výskum. Vybrané metódy kvalitatívneho výskumu (metóda ukotvenej teórie, etnografický výskum, hĺbkový a skupinový rozhovor). Sekundárny výskum, pojem, podstata. Vybrané metódy sekundárneho výskumu (regresná a korelačná analýza, úvod do časových radov; práca s databázami). Prezentácia výsledkov marketingového výskumu. Praktická realizácia projektu marketingového výskumu.

Odporúčaná literatúra:

1. TAHAL, Radek. Marketingový výskum : postupy, metódy, trendy. 2. vydání. Praha : Grada Publishing, 2022. 293 s. ISBN 978-80-271-3535-6.
2. ESTEBAN-BRAVO, Mercedes – VIDAL-SANZ, Jose. Marketing Research Methods. Quantitative and Qualitative Approaches. Cambridge : Cambridge University Press, 2021. 882 s. ISBN 978-11-088-3498-8.
3. MCDANIEL, Carl – GATES, Roger. Marketing research. Using Analytics to Develop Market Insights. Hoboken : John Wiley & Sons, 2021. 432 s. ISBN 978-11-197-1631-0.
4. NUNAN, Daniel – BURKS, F. David – MALHOTRA, K. Naresh. Marketing Research. Philadelphia : Trans-Atlantic Publications, 2020. 976 s. ISBN 978-12-923-0872-2.
5. RICHTEROVÁ, Kornélia a kol. Úvod do výskumu trhu. Bratislava : Sprint 2, 2013. 315 s. ISBN 978-80-89393-95-4.

Sylabus predmetu:

1. Úvod do marketingového výskumu. Typy výskumu. Obsah výskumného projektu. Plánovanie výskumu.
2. Úvod do programu R.
3. Zber a spracovanie dát. Metódy výberu vzoriek. Základné štatistické pojmy a typy premenných.
4. Dotazník a jeho náležitosti, tvorba dotazníka, experiment a druhy experimentu. Validita a reliabilita.
5. Deskriptívna štatistika. Miery polohy, variability a tvaru. Vizualizácia v programe R.
6. Priebežný test. Formulácia a postup testovania hypotéz (testy o strednej hodnote, rozptyle a podiele). Intervaly spoľahlivosti.
7. Testovanie normality dát. Testy dobrej zhody. Testy extrémnych hodnôt. Vybrané neparametrické testy.
8. Úvod do regresnej analýzy, ANOVA (jednofaktorová, dvojfaktorová).
9. Skúmanie závislosti medzi rôznymi typmi premenných.
10. Sekundárny výskum: práca s verejne dostupnými databázami.
11. Priebežný test. Analýza časových radov (dekompozícia časového radu, autokorelácia, stacionarita, problém falošnej regresie, Grangerova kauzalita).
12. Kvalitatívne metódy.
13. Kvalitatívne metódy.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 510

A	B	C	D	E	FX
9.22	13.14	19.41	28.24	22.55	7.45

Vyučujúci: doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., Ing. Marián Čvirik, PhD., Ing. Mgr. Janka Kopaničová, PhD., Ing. Dana Vokounová, PhD., Ing. Marek Kukura, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 28.02.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21287/21	Názov predmetu: Základy obchodu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 8	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % aktivita, písomné overovanie vedomostí, semestrálna práca 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 208 hodín Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 26 hodín Spracovanie semestrálneho projektu: 26 hodín Príprava na písomné overovanie vedomostí: 39 hodín Príprava na skúšku: 65 hodín	
Výsledky vzdelávania: Poskytnúť študentom súbor poznatkov o obchode a obchodnej činnosti, jej podstate a princípe, porozumieť úlohe obchodu v ekonomike a pozícii obchodu v ekonomike a súvislostiam vývoja obchodu v interakcii s vývojom spoločnosti a ekonomiky; komplexne analyzovať funkcie obchodu a aplikovať obchodné činnosti do praxe podnikov. Vedomosti: porozumieť problematike obchodu, jeho významu, podstate a princípe, vývoju, pochopiť úlohu obchodu v ekonomike, porozumieť problematike aplikovania obchodných, obchodno-marketingových princípov a rozdielom v ich implementácii. Kompetencie: schopnosť pracovať s informáciami – vyhľadávať ich, selektovať, samostatne analyzovať a syntetizovať s orientáciou schopnosť samostatne aplikovať princípy a funkcie obchodnej činnosti v rámci podniku, predikovať scenáre ďalšieho vývoja obchodu. Zručnosti: schopnosť verifikovať a zhodnotiť využitie teoretických prístupov obchodu pri činnosti podnikateľských subjektov; schopnosť aplikovať inštrumentárium obchodu na konkrétnom príklade obchodného podniku, kriticky vyhodnotiť situáciu, navrhnúť riešenia problémov obchodu taktickej a strategickej úrovne.	
Stručná osnova predmetu: Obchod a vývoj obchodu. Význam a postavenie obchodu v národnom hospodárstve. Obchod z pohľadu teórie. Obchodné kategórie. Veľkoobchod a maloobchod. Obchodný podnik, riadenie pohybu tovaru, technológia obchodnej prevádzky. Organizácia obchodného podniku. Riadenie	

obchodného podniku. Lokalizácia obchodu. Koncentrácia a kooperácia obchodu. Špecializácia a diverzifikácia obchodu. Internacionalizácia a globalizácia obchodu. Marketing obchodu. Trendy rozvoja v obchode.

Odporúčaná literatúra:

1. KITA, Pavol. a kol. Základy obchodu. 1. vydanie. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2021. 301 s. ISBN 978-80-225-4919-6
2. CATELAN CALLEGARO Ana Rita, CATELAN CALLEGARO Fernanda, ARAUJO FALCÃO Clécio. The relationship between lifestyle and consumer experience management: a study of case in the retail sector. In Revista Brasileira de Marketing. REMark [online]. 2020, vol. 19, no. 2, s. 406-426. ISSN 1983-9332. Dostupné na: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/relationship-between-lifestyle-consumer/docview/2610959777/se-2>.
3. JADERNÁ, Eva – VOLFOVÁ, Hana. Moderní retail marketing. Praha: Grada. 240 s. 2021. ISBN 978-80-271-1384-2
4. KRIŽAN, František a kol. Kde nakupujeme, čo nakupujeme: lokality maloobchodu a spotreby a správanie spotrebiteľov. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave. 2020. 264 s. ISBN 978-80-223-4861-4
5. PANTANO Eleonora. Retail futures : the good, the bad and the ugly of the digital transformation. UK: University of Bristol: Publisher Emerald Publishing. 2020. 240 s. ISBN: † 978-1838676643

Sylabus predmetu:

1. Úvod do problematiky obchodu. Vývoj poznatkov o obchode.
2. Vývoj obchodu.
3. Význam a postavenie obchodu v národnom hospodárstve.
4. Obchod z pohľadu teórie. Podstata a význam teórií v obchode.
5. Vybrané teórie obchodu.
6. Obchodné kategórie. Veľkoobchod a maloobchod. Formy predaja a ich vývoj.
7. Obchodný podnik, riadenie pohybu tovaru a zásob, technológia obchodnej prevádzky.
8. Organizácia obchodného podniku. Riadenie obchodného podniku.
9. Lokalizácia obchodu. Maloobchodná sieť, princípy riešenia a usporiadania maloobchodnej siete.
10. Koncentrácia a kooperácia obchodu. Špecializácia a diverzifikácia obchodu.
11. Internacionalizácia a globalizácia obchodu.
12. Marketing obchodu. Trade marketing. Shopper marketing.
13. Trendy rozvoja v obchode.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 403

A	B	C	D	E	FX
9.68	16.63	24.57	29.53	17.37	2.23

Vyučujúci: doc. Ing. Monika Matušovičová, PhD., doc. Ing. Zuzana Francová, PhD., doc. Ing. Jozef Orgonáš, PhD., MBA

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 04.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21288/21	Názov predmetu: Produkt a inovácie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 8	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % priebežné semestrálne hodnotenie 20 % semestrálna práca 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 208 hodín Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 26 hodín Spracovanie semestrálneho projektu: 26 hodín Príprava na písomné overovanie vedomostí: 39 hodín Príprava na skúšku: 65 hodín	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu získajú študenti vedomosti a osvoja si praktické skúsenosti z oblasti produktových inovácií, predstavujúcich významné zlepšenia v technických špecifikáciách, materiáloch a komponentoch, systémoch, používateľskom prístupe a iných funkčných charakteristikách výrobkov a služieb. V rámci marketingového ponímania produktových inovácií zvládnu ich členenie podľa toho akej vlastnosti produktu sa týkajú aj podľa stupňa novosti vrátane zásad implementácie inovácie v jednotlivých fázach životného cyklu produktov. Dôraz bude kladený najmä na etapy vývoja nových výrobkov a služieb, a na zásady ich uvádzania na európske trhy, na environmentalizáciu produktov a označovanie ich komplexnej kvality v systéme cirkulárnej ekonomiky. Absolventi predmetu získajú zručnosti pre analýzu a navrhovanie inovácie výrobkov a služieb v oblasti marketingu aj vo všeobecnosti. Pochopia postavenie a typológiu produktov v marketingu aj v intenciách hodnoty pre zákazníka, značky, kvality, dizajnu, balenia a distribúcie. Budú spôsobilí analyzovať životný cyklus produktu z pohľadu jeho jednotlivých fáz slabých miest a inovačného potenciálu vrátane implementácie inovačného procesu aj identifikácie podnikateľských príležitostí v cirkulárnej ekonomike. Úspešným absolvovaním predmetu nadobudnú študenti kompetencie pôsobiť ako manažéri inovačných procesov produktov v organizáciách bez ohľadu na ich veľkosť a oblasť ekonomických	

činnosti. Budú kompetentní identifikovať inovačný potenciál organizácie, riadiť inovačné procesy organizácie, zabezpečovať jej udržateľnosť a uvádzať nové, inovované výrobky a služby na európske trhy v zhode s najnovšími štandardami kvality a environmentálnymi reguláciami.

Stručná osnova predmetu:

Produkt – pojem a podstata produktu v marketingu. Postavenie produktu v marketingovom mixe. Rozhodovanie o produkte. Značka, kvalita, dizajn a štýl, balenie, inovácie. Životný cyklus produktu, jeho modely a modifikácie. Nový produkt – pojem, podstata. Vývoj nového výrobku – stratégie, proces a marketing. Inovácia produktu. Inovačný proces. Organizačné inovácie. Marketingové inovácie. Inovačný potenciál organizácie. Typové inovačné stratégie. Náklady na inovácie. Proces spoločensko-technologickej transformácie, spotrebiteľských zvyklostí, legislatívy, infraštruktúry, sietí v súvislosti prechodom k udržateľnosti.

Odporúčaná literatúra:

1. DANESHJO, Naqibullah – HANULÁKOVÁ, Eva. Produkt a inovácie. Košice: Vydavateľstvo Petit s. r. o., 2021. 188s. ISBN 978-80-973836-3-3.
2. DANESHJO, Naqibullah. Manažerstvo inovácií. Košice: Vydavateľstvo Petit s. r. o., 2020. 102 s. ISBN 978-80-971555-6-8.
3. DANESHJO, Naqibullah. Riadenie inovačných procesov v organizácii. Košice: Vydavateľstvo Petit s. r. o., 2021. 101s. ISBN 978-80-973836-2-6.
4. MALEGA, Peter – DANESHJO, Naqibullah. Industrial Production Management. Germany: Vydavateľstvo RAM-Verlag. 2022. 280s. ISBN 978-3-96595-019-1.
5. TIDD, Joe – BESSANT, John. Managing innovation: integrating technological, market and organizational change. New Jersey: Vydavateľstvo Lise JohnSons. 2020. 309s. ISBN: 978-1-119-71330-2.

Sylabus predmetu:

1. Produkt – pojem a podstata produktu v marketingu. Postavenie produktu v marketingovom mixe. Typológia produktov v marketingu. Produktový mix. Úrovně produktu a ich modifikácie. Marketingová myopia. Hodnota pre zákazníka. Špecifiká produktov v závislosti od ekonomických systémov a trendov. Produkt, vízia a poslanie firmy.
2. Rozhodovanie o produkte. Značka, kvalita, dizajn a štýl, balenie, inovácie.
3. Životný cyklus produktu, jeho modely a modifikácie. Nový produkt – pojem, podstata. Vývoj nového výrobku – stratégie, proces a marketing. Produktové portfólio. Produktové stratégie.
4. Produktové entity a marketing. Služby, miesta, osoby, organizácie, myšlienky.
5. Pojem inovácia. Inovácia produktu. Inovačný proces. Organizačné inovácie. Marketingové inovácie. Proces vývoja nových produktov. Inovácie produktu. Marketingové inovácie. Inovácia produktu alebo služby. Vzťah podnikania a inovácií. Rozdiely vo vnímaní podnikateľských príležitostí, existencia a objavovanie podnikateľských príležitostí.
6. Inovácií a ich zavádzanie v podnikoch. Tvorivá deštrukcie. Ako predĺžiť životný cyklus produktu. Koncept životného cyklu produktu. Demingov cyklus (PDCA cyklus). Inovácie v malých a stredných podnikoch.
7. Metódy na predĺženie životného cyklu výrobku. Konkurencieschopnosť inovovaných výrobkov. Príprava a plánovanie nových výrobkov.
8. Proinovačná firemná kultúra. Riadenie inovácií. Inovatívny marketing. Podstata inovačného riadenia. Úlohy a funkcie riadenia inovácií.
9. Inovačný potenciál organizácie. Silové pole inovácie. Hnacie sily inovačného vývoja. Zdroje inovačných nápadov. Inovačné príležitosti.
10. Udržateľnosť a inovácia. Vzťah cirkulárnej ekonomiky a inovácií. Tvorba produktových inovácií v podmienkach cirkulárnej ekonomiky. Typové inovačné stratégie. Náklady na inovácie. Proces spoločensko-technologickej transformácie, spotrebiteľských zvyklostí, legislatívy, infraštruktúry, sietí v súvislosti prechodom k udržateľnosti.

11. Inovácie a ich podpora v podmienkach Slovenskej republiky a EÚ. Súčasný stav inovácií a inovačné trendy v EÚ. Podpora v oblasti inovácií v Slovenskej republike.
12. Etapy inovácie výrobkov. Konkurencie schopnosť inovovaných výrobkov. Metodické nástroje na prípravu inovácií. Inovácie v manažmente.
13. Inovácia v službách. Proces služby. Inovácie kvality.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 385

A	B	C	D	E	FX
20.26	31.69	27.27	14.29	4.94	1.56

Vyučujúci: prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., Ing. Barbara Barilová, Ing. Dominika Popovičová, Ing. Renáta Ševčíková, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 03.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21289/21	Názov predmetu: Cena v marketingu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 10 % priebežné semestrálne hodnotenie 10 % semestrálna práca 80 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 130 hodín Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 10 hodín Spracovanie semestrálneho projektu: 10 hodín Príprava na písomné overovanie vedomostí: 10 hodín Príprava na skúšku: 48 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti získavajú absolvovaním predmetu vedomosti o funkciách ceny a jej postavení v súbore marketingových nástrojov, pri hlbšom oboznámení sa s dosahom ceny ako základného nástroja ovplyvňovania ekonomiky a ekonomických výsledkov podnikania. Oboznámia sa s cenovým rozhodovaním vo firme, na ktoré pôsobí množstvo často protichodne pôsobiacich faktorov. Problematiku cenového rozhodovania tvoria dve súčasti, a to cenové stratégie a tvorba cien. Získajú vedomosti o postupoch cenotvorby a ich využití pri marketingovej činnosti s vplyvom na ceny vo firmách podnikajúcich na spotrebiteľských trhoch i vo firmách pôsobiacich na podnikateľských trhoch. Absolventi budú vedieť aplikovať hodnotový i nákladový prístup v procese tvorby cien, zohľadňovať psychologické aspekty pri tvorbe cien; následne budú vedieť vhodne pracovať s možnosťami cenových úprav. V biznis prostredí dokážu uplatniť konkurenčný prístup pri cenotvorbe a pripraviť cenové návrhy k cenovým rokovaniam. Porozumejú previazanosti dosiahnutej úrovne predajných cien s podnikovými cenovými cieľmi a dosahom na ekonomiku podniku. Úspešným absolvovaním predmetu nadobudnú kompetencie aplikovať problematiku cenového rozhodovania pri konkrétnych situáciách v podnikaní na rôznych výkonných obchodných pozíciách v podnikoch pôsobiacich na spotrebiteľských i podnikateľských trhoch. Dokážu pracovať s	

informáciami o faktoroch, ktoré ovplyvňujú cenové rozhodovanie, vyhľadávať ich, selektovať, analyzovať a syntetizovať s orientáciou na tvorbu cenovej stratégie a pri konkrétnej tvorbe cien. Nadobudnú spôsobilosť prepojiť problémy strategického aj operatívneho charakteru v oblasti cenových stratégií i cenotvorby a profesijnú flexibilitu pre úspešné prepojenie cieľov podnikania a marketingového pôsobenia na trhu v oblasti predajných cien.

Stručná osnova predmetu:

Funkcie ceny v podnikaní a ceny v marketingovom mixe, funkcie ceny; ekonomické, marketingové poňatie ceny, miesto ceny v marketingovom mixe, cena v koncepcii hodnototvorného procesu. Interné faktory rozhodovania o cenách; ciele marketingu, stratégie marketingového mixu, náklady, organizácia tvorby cien v podniku. Previazanosť tvorby cien s ekonomikou podniku; nákladový controlling, kalkulačný systém podniku, podniková ekonomická štruktúra. Externé faktory tvorby cien – trh, dopyt, konkurencia, legislatíva. Vzťah ceny a dopytu na trhu, vplyv na ekonomické výsledky podniku; analýza cenovej elasticity, marginálna analýza, vzťah ceny, zisku a objemu predaja, analýza vplyvu predajných cien na vývoj tržieb. Podstata cenového rozhodovania a riziko v cenovom rozhodovaní podniku. Tvorba cenových stratégií a rozhodovanie o cenových prístupoch; nákupné cenové rozhodovanie firmy. Marketingové cenové stratégie pre spotrebiteľské a podnikateľské trhy; tvorba cien produktového radu, cenová diferenciacia, komplementárne produkty a ostatné stratégie, behaviorálny prístup pri tvorbe cenových stratégií pre spotrebiteľské trhy. Hodnotový a nákladový prístup k tvorbe cien v obchodnom podniku. Psychologické aspekty tvorby cien; zákaznícky vnímaná hodnota. Nákladový prístup k tvorbe cien; prirážka, marža, cieľová návratnosť, ziskovosť. Cenové zmeny – cenová adaptácia, nástroje cenových úprav. Konkurenčná cenotvorba na podnikateľských trhoch. Cenové rokovanie v obchodných vzťahoch; modely cenových dohôd v kúpnych zmluvách. Národohospodárske aspekty cenového vývoja, spotrebný kôš, cenové indexy

Odporúčaná literatúra:

1. ORESKÝ, Milan – HASPROVÁ, Mária. Cena v marketingu. Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. ISBN 978-80-225-4957-8.
2. FENDEKOVÁ, Eleonora – KUFELOVÁ, Iveta. Cena a cenové rozhodovanie. Bratislava: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-80-7598-943-7.
3. ŠAGÁTOVÁ, Slávka – TÓTH, Miroslav. Nákladový controlling. Bratislava: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-80-7598-906-2.

Sylabus predmetu:

1. Pozícia ceny v podnikaní a ceny v marketingovom mixe, funkcie ceny.
2. Interné faktory rozhodovania o cenách.
3. Previazanosť tvorby cien s ekonomikou podniku. Nákladový controlling.
4. Externé faktory tvorby cien – trh, dopyt, konkurencia, legislatíva.
5. Vzťah ceny a dopytu na trhu, vplyv na ekonomické výsledky podniku.
6. Podstata cenového rozhodovania a riziko v cenovom rozhodovaní podniku.
7. Marketingové cenové stratégie pre spotrebiteľské a podnikateľské trhy.
8. Hodnotový a nákladový prístup k tvorbe cien v obchodnom podniku. Psychologické aspekty tvorby cien.
9. Cenové zmeny – cenová adaptácia, nástroje cenových úprav.
10. Konkurenčná cenotvorba na podnikateľských trhoch.
11. Špecifické prístupy k tvorbe cien na podnikateľských trhoch, komodity, aukcie, tendre, ceny kapitálových statkov.
12. Národohospodárske aspekty cenového vývoja, spotrebný kôš, cenové indexy
13. Praktiky využitia ceny v marketingu a v predaji

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk					
Poznámky: -					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 308					
A	B	C	D	E	FX
9.42	13.31	23.7	23.38	27.27	2.92
Vyučujúci: doc. Ing. Milan Oreský, PhD., Ing. Mária Hasprová, PhD., Ing. Michal Vávra, PhD.					
Dátum schválenia: 01.04.2022					
Dátum poslednej zmeny: 03.03.2024					
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21290/21	Názov predmetu: Distribúcia v marketingu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % - priebežné semestrálne hodnotenie 20 % - semestrálny seminárny projekt 60 % - písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Celková študijná záťaž: 182 hodín Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 20 hodín Spracovanie semestrálneho seminárneho projektu: 40 hodín Príprava na písomné overovanie vedomostí: 26 hodín Príprava na skúšku: 44 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti získavajú absolvovaním predmetu vedomosti o význame distribúcie ako nástroja marketingového mixu, o typológii distribučných kanálov, o orgánoch zapojených do distribučných procesov. Oboznámia sa so základnými distribučnými stratégiami a ich aplikáciou v jednotlivých etapách životného cyklu produktu, získajú vedomosti o logistike, ako súčasti distribúcie, jej úlohách a moderných prístupoch v logistike. Získajú prehľad o jednotlivých oblastiach uplatňovania logistiky v distribúcii – o logistike nákupu, skladovania, predaja, dopravy, nových trendoch v logistike. Nadobudnú tiež vedomosti o spoločenskej zodpovednosti logistických firiem. Absolventi predmetu budú vedieť identifikovať a analyzovať podmienky a vzťahy vznikajúce v distribučných a logistických procesoch pri transformácii produktu na ceste od výrobcu k spotrebiteľovi. Pochopia význam logistického prístupu k riešeniu distribúcie, budú vedieť identifikovať a analyzovať náklady vznikajúce v distribučných procesoch na realizáciu jednotlivých aktivít fyzickej distribúcie. Dokážu posúdiť vhodnosť výberu distribučného kanála pre daný typ produktu a daný trh, porovnať efektívnosť jednotlivých typov distribučných kanálov. Porozumejú novým trendom v logistike a dokážu ich vhodným spôsobom interpretovať predovšetkým z pohľadu environmentálnej udržateľnosti logistiky. Úspešným absolvovaním predmetu študenti nadobudnú kompetencie, ktoré im umožnia uplatniť sa pozíciách stredného manažmentu na úsekoch obchodu, distribúcie a logistiky tak výrobných,	

ako aj obchodných podnikov. Budú schopní pôsobiť na juniorských pozíciách v distribučných a logistických centrách na úseku nákupu, vybavovania objednávok a riadenia zásob. Dokážu riešiť problémy operatívneho charakteru pri riešení otázok dopravy produktov z oblasti výroby do oblasti obchodu a spotreby.

Stručná osnova predmetu:

Distribúcia ako nástroj marketingu. Typy a druhy distribúcie, distribučné kanály a ich typológia. Orgány distribúcie. Franchising. Logistika zásobovania. Logistika nákupu. Logistika skladovania. Logistika predaja. Logistika dopravy. Elektromobilita. Reverzná logistika. Nové trendy v logistike. Spoločenská zodpovednosť logistických firiem.

Odporúčaná literatúra:

1. DAŇO, Ferdinand – DRÁBIK, Peter – REHÁK, Róbert – VERNEROVÁ, Dominika. Distribúcia (Distribúcia v marketingu, Distribučný manažment). Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 328 s. ISBN 978-80-225-4962-2.
2. GROS, Ivan a kol. Velká kniha logistiky. Praha: Vydavatelství VŠCHT, 2016, 512 s. ISBN 9788070809525
3. CHRISTOPHER, Martin. Logistics and Supply Chain Management, 6th Edition. FT Publishing International, 2023. 360 p. ISBN 978-1292416182.
4. MANGAN, John – LALWANI, Chandra, CALATAYUD, Agustina. Global Logistics and Supply Chain Management 4th Edition. Wiley, 2020. 336 p. ISBN 978-1119702993
5. RUDD, Jerry. Practical Guide to Logistics. London: Kogan Page, 2019. 384 s. ISBN 9780749486310

Sylabus predmetu:

1. Úvod do teórie distribúcie a logistiky. Základné stratégie distribúcie.
2. Distribučné kanály, typológia distribučných kanálov, vertikálny marketingový systém, horizontálny marketingový systém.
3. Orgány distribúcie, typológia orgánov distribúcie.
4. Franchising.
5. Logistika zásobovania, riadenie zásob.
6. Logistika nákupu.
7. Logistika skladovania, úlohy a typy skladov, skladové technológie.
8. Logistika predaja.
9. Logistika dopravy, typy a druhy dopravy. Dopravné a špedičné služby.
10. Elektromobilita, alternatívne druhy dopravy.
11. Reverzná a odpadová logistika.
12. Nové trendy v logistike.
13. Spoločenská zodpovednosť logistických firiem.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 302

A	B	C	D	E	FX
5.96	27.15	38.08	23.84	3.64	1.32

Vyučujúci: doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc., doc. Ing. Róbert Rehák, PhD., Ing. Rastislav Lauko, BSc.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 29.02.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21291/21	Názov predmetu: Distribúcia v marketingu (v anglickom jazyku)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: I., N	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % - priebežné semestrálne hodnotenie 20 % - semestrálny seminárny projekt 60 % - písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Celková študijná záťaž: 182 hodín Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 20 hodín Spracovanie semestrálneho seminárneho projektu: 40 hodín Príprava na písomné overovanie vedomostí: 26 hodín Príprava na skúšku: 44 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti získavajú absolvovaním predmetu vedomosti o význame distribúcie ako nástroja marketingového mixu, o typológii distribučných kanálov, o orgánoch zapojených do distribučných procesov. Oboznámia sa so základnými distribučnými stratégiami a ich aplikáciou v jednotlivých etapách životného cyklu produktu, získajú vedomosti o logistike, ako súčasti distribúcie, jej úlohách a moderných prístupoch v logistike. Získajú prehľad o jednotlivých oblastiach uplatňovania logistiky v distribúcii – o logistike nákupu, skladovania, predaja, dopravy, nových trendoch v logistike. Nadobudnú tiež vedomosti o spoločenskej zodpovednosti logistických firiem. Absolventi predmetu budú vedieť identifikovať a analyzovať podmienky a vzťahy vznikajúce v distribučných a logistických procesoch pri transformácii produktu na ceste od výrobcu k spotrebiteľovi. Pochopia význam logistického prístupu k riešeniu distribúcie, budú vedieť identifikovať a analyzovať náklady vznikajúce v distribučných procesoch na realizáciu jednotlivých aktivít fyzickej distribúcie. Dokážu posúdiť vhodnosť výberu distribučného kanála pre daný typ produktu a daný trh, porovnať efektívnosť jednotlivých typov distribučných kanálov. Porozumejú novým trendom v logistike a dokážu ich vhodným spôsobom interpretovať predovšetkým z pohľadu environmentálnej udržateľnosti logistiky. Úspešným absolvovaním predmetu študenti nadobudnú kompetencie, ktoré im umožnia uplatniť sa pozíciách stredného manažmentu na úsekoch obchodu, distribúcie a logistiky tak výrobných,	

ako aj obchodných podnikov. Budú schopní pôsobiť na juniorských pozíciách v distribučných a logistických centrách na úseku nákupu, vybavovania objednávok a riadenia zásob. Dokážu riešiť problémy operatívneho charakteru pri riešení otázok dopravy produktov z oblasti výroby do oblasti obchodu a spotreby.

Stručná osnova predmetu:

Distribúcia ako nástroj marketingu. Typy a druhy distribúcie, distribučné kanály a ich typológia. Orgány distribúcie. Franchising. Logistika zásobovania. Logistika nákupu. Logistika skladovania. Logistika predaja. Logistika dopravy. Elektromobilita. Reverzná logistika. Nové trendy v logistike. Spoločenská zodpovednosť logistických firiem.

Odporúčaná literatúra:

1. CHRISTOPHER, Martin. Logistics and Supply Chain Management, 6th Edition. FT Publishing International, 2023. 360 p. ISBN 978-1292416182.
2. MANGAN, John – LALWANI, Chandra, CALATAYUD, Agustina. Global Logistics and Supply Chain Management 4th Edition. Wiley, 2020. 336 p. ISBN 978-1119702993
3. RUDD, Jerry. Practical Guide to Logistics. London: Kogan Page, 2019. 384 s. ISBN 9780749486310

Sylabus predmetu:

1. Úvod do teórie distribúcie a logistiky. Základné stratégie distribúcie.
2. Distribučné kanály, typológia distribučných kanálov, vertikálny marketingový systém, horizontálny marketingový systém.
3. Orgány distribúcie, typológia orgánov distribúcie.
4. Franchising.
5. Logistika zásobovania, riadenie zásob.
6. Logistika nákupu.
7. Logistika skladovania, úlohy a typy skladov, skladové technológie.
8. Logistika predaja.
9. Logistika dopravy, typy a druhy dopravy. Dopravné a špedičné služby.
10. Elektromobilita, alternatívne druhy dopravy.
11. Reverzná a odpadová logistika.
12. Nové trendy v logistike.
13. Spoločenská zodpovednosť logistických firiem.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 18

A	B	C	D	E	FX
5.56	33.33	22.22	27.78	5.56	5.56

Vyučujúci: doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc., doc. Ing. Róbert Reháč, PhD.

Dátum schválenia: 05.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 04.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba

zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba
zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21292/21	Názov predmetu: Marketingová komunikácia a digitálne médiá
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 4 / 4 Za obdobie štúdia: 52 / 52 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 8	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % - semestrálny seminárny projekt 60 % - písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Celková študijná záťaž: 208 hodín Účasť na prednáškach: 52 hodín Účasť na seminároch: 52 hodín Príprava na semináre: 26 hodín Spracovanie semestrálneho seminárneho projektu: 40 hodín Príprava na skúšku: 38 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti získavajú absolvovaním predmetu vedomosti o význame marketingovej komunikácie ako nástroja marketingového mixu, o digitálnych médiach, o modeloch marketingovej komunikácie, o subjektoch zapojených do tvorby marketingového mixu. Oboznámia sa so súčasťami komunikačného plánu, komunikačnej, mediálnej a kreatívnej stratégie a ich aplikáciou. Získajú vedomosti o jednotlivých nástrojoch komunikačného mixu a ich postavení v moderných prístupoch k marketingovej komunikácii. Získajú prehľad o mediálnom trhu, multimédiách a typoch médií využívaných v digitálnom marketingu. V oblasti digitálnych médií nadobudnú vedomosti o audio a video formátoch využívaných v digitálnej marketingovej komunikácii, o ich produkčných rozmeroch a interakcii s užívateľom. Nadobudnú tiež vedomosti o Corporate Identity a jej jednotlivých zložkách. Absolventi predmetu budú vedieť identifikovať a analyzovať podmienky, vzťahy a procesy týkajúce sa marketingovej komunikácie a využívania digitálnych médií. Pochopia význam komunikačného mixu. Budú vedieť pripraviť mediaplán a digitálny brief. Dokážu spracovať základné prvky audio a video formátu, statických grafických podkladov pre digitálnu marketingovú komunikáciu. Budú vedieť posúdiť vhodnosť výberu marketingovej, komunikačnej, mediálnej, reklamnej agentúry a spoluprácu s nimi pre vybraný produkt a daný trh. Porozumejú novým trendom marketingu a marketingovej komunikácie na internete a sociálnych sieťach. Úspešným absolvovaním predmetu študenti nadobudnú kompetencie, ktoré im umožnia uplatniť sa pozíciách stredného manažmentu na úsekoch marketingu a marketingovej komunikácie tak	

obchodných ako aj výrobných podnikov, či podnikov služieb. Budú schopní pôsobiť na juniorských pozíciách v marketingových, komunikačných, mediálnych, reklamných agentúrach. Dokážu riešiť problémy operatívneho charakteru pri riešení otázok spojených s tvorbou komunikačného mixu a nastavením jeho jednotlivých prvkov.

Stručná osnova predmetu:

Marketingová komunikácia. Modely marketingovej komunikácie. Nástroje komunikačného mixu. Mediálny trh. Komunikačný plán. Digitálny brief. Komunikačná stratégia. Mediálna stratégia. Kreativná stratégia. Subjekty digitálnej marketingovej komunikácie. Kontroling v marketingovej komunikácii. Výskum v marketingovej komunikácii. Multimédia, typy médií. Reklama. Textový obsah digitálneho marketingu. Priamy marketing. Event marketing. Statické grafické podklady. PR. Media relations. Audiovizuálny formát. Outsourcing komunikačných aktivít. Marketingová, komunikačná, mediálna, reklamná agentúra Video formát. Audio formát. Osobný predaj. Podpora predaja. Buzz marketing. Content marketing. Priamy marketing na internete. Corporate Identity. Media relations. Sociálne siete. Internet.

Odporúčaná literatúra:

1. Drábik, P. a kol.: Marketingová komunikácia a digitálne médiá. Bratislava. 2023. 338s. Vydavateľstvo EKONÓM. 2023. ISBN:978-80-225-5114-4
2. Bohuněk, B.: P.R.činy. Praha. Vydáno vlastním nákladem. 2019. 287 s. ISBN: 978-80-270-6960-6
3. Losekoot, M., Vyhnánková, E.: Jak na síť. Jan Melvil Publishing. Brno. 2019. 325 s. ISBN: 978-80-7555-084-2
4. Scott, D., M.: Nové pravidlá marketingu a PR. Bratislava. Easton books. 2010. 257s. ISBN: 978-80-8109-149-0
5. Rusbridger, A.: News and how to use it (what to believe in a fake news world). Edinburgh. Canongate. 2020. 316s. ISBN: 978-1-83885-161-3
6. Kahneman, D.: Myslenie rýchle a pomalé. Bratislava. Aktuell. 2019. ISBN: 9788081720567
7. Sálková, A. – Veselá, Z.- Raková, M.: Copywriting. Brno. Computer Press. 2020. ISBN: 9788025150177
8. Jesenský, D.: Marketingová komunikace v místě prodeje. Praha. Grada Publishing 2017. ISBN: 9788027102525. (E-kniha 2019)
9. Kol.: Tvorba úspěšného zářebajícího blogu. Dognet2019. ISBN: 978-80-89969-04-3
10. Young, Miles: Ogilvy o reklamě v digitálním věku. Praha. Svojtka &Co., 2018. ISBN: 978-80-256-2159-2
11. Jiráček, J., Köpplová, B.: Masová média. 2. prepracované vyd. Praha. Portál, s.r.o., 2015. ISBN: 9788073674663
12. Schellmann, Bernhard.: Média: Základní pojmy, návrhy, výroba. Praha. Europa-Sobotáles. 2004. ISBN: 8086706060
13. Negroponte, N.: Digitální svět. Praha. Management Press. 2001. ISBN: 8072610465
14. Pavlíček, A.: Nová média a web 2.0. Praha. Oeconomica. 2007. ISBN: 978-80-245-1272-3
15. Macek, J.: Úvod do nových médií. Ostrava. Ostravská univerzita v Ostrave. 2011. ISBN: 978-80-7464-025-4
16. Stratégie (časopisecká literatúra, mesačník)

Sylabus predmetu:

1. Podstata marketingovej komunikácie. Modely marketingovej komunikácie. Nástroje komunikačného mixu. Mediálny trh.
2. Komunikačný plán. Rozpočet a časový plán. Definícia cieľov na internete, digitálny brief.
3. Komunikačná stratégia. Mediálna stratégia. Kreativná stratégia.

Subjekty digitálnej marketingovej komunikácie.
 4. Kontroling v marketingovej komunikácii. Výskum v marketingovej komunikácii.
 Multimédia, typy médií.
 5. Reklama.
 Textový obsah digitálneho marketingu.
 6. Priamy marketing. Event marketing.
 Statické grafické podklady. Fotografia, grafika.
 7. PR.
 Interakcia užívateľa statických grafických podkladov.
 8. Media relations a príprava textov.
 Produkčný rozmer audiovizuálneho formátu.
 9. Outsourcing komunikačných aktivít. Portfólio služieb komunikačnej, marketingovej, kreatívnej a mediálnej agentúry.
 Video formát v digitálnej marketingovej komunikácii.
 10. Príprava briefu pre komunikačnú agentúru.
 Audio formát digitálnej marketingovej komunikácii.
 11. Osobný predaj. Podpora predaja.
 Podpora predaja na internete.
 12. Buzz marketing. Content marketing.
 Priamy marketing na internete.
 13. Corporate Identity (Corporate Design, Corporate Culture, Corporate Communication)
 Media relations a komunikácia na sociálnych sieťach.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 295

A	B	C	D	E	FX
19.66	33.56	30.51	12.88	3.39	0.0

Vyučujúci: Ing. Marína Korčoková, PhD., doc. Ing. Martin Kuchta, PhD., MBA, Ing. Katarína Ožvoldová, PhD., Ing. Dominika Škerlíková, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 28.02.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21293/21	Názov predmetu: Interný a personálny marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 10 % priebežné semestrálne hodnotenie 20 % semestrálna práca 70 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 130 hodín Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 13 hodín Spracovanie semestrálneho projektu: 13 hodín Príprava na písomné overovanie vedomostí: 13 hodín Príprava na skúšku: 39 hodín	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: študenti získavajú absolvovaním predmetu komplexné poznatky o súčasnom stave vedeckého poznania v teórii a praxi marketingu vo vnútri podniku. Oboznámia sa s jednotlivými koncepciami, cieľmi, nástrojmi a činnosťami interného a personálneho marketingu. Nadobudnú vedomosti, ktoré im umožnia orientovať sa v širšom kontexte marketingových a riadiacich činností, personálnej politiky, internej komunikácie a interpersonálnych vzťahov. Porozumejú prínosom interného a personálneho marketingu na rozvoj podnikovej kultúry, spokojnosti a angažovanosti zamestnancov a na budovanie povesti podniku ako zamestnávateľa. Zručnosti: absolventi predmetu sa naučia tvorivo rozvíjať systém nástrojov, postupov a metrík interného a personálneho marketingu v ich vzájomnej interakcii. Dokážu identifikovať, analyzovať a porozumieť problémom a javom na trhu práce. Budú schopní participovať na projektoch a riešiť praktickú rovinu marketingu v oblasti personálnej práce podniku. Dokážu iniciovať nové postupy a prístupy pri formovaní takého interného prostredia, ktoré povedie k zlepšeniu celkového výkonu a hodnoty podniku. Kompetencie: úspešným absolvovaním predmetu študenti nadobudnú profesijné kompetencie z oblasti získavania, motivovania, vzdelávania, rozvoja a vedenia zamestnancov tak, aby si osvojili orientáciu na potreby externého zákazníka a vo vnútri podniku sa riadili marketingovými princípmi. Dokážu riadiť procesy zmien, ktoré sa týkajú intrapodnikových a interpodnikových vzťahov vo	

väzbe na vývoj trhu práce. Budú vedieť navrhovať vlastné projekty a preberať zodpovednosť za kompetentné riešenia.

Stručná osnova predmetu:

Interný marketing ako súčasť holistickej marketingovej koncepcie. Personálny marketing ako integrovaný pojem. 4P interného marketingového mixu. 4P personálneho marketingového mixu. Základné oblasti skúmania v internom a personálnom marketingu. Pracovné miesto ako produkt. Cena pracovnej sily. Odmena za pracovný výkon a motivácia zamestnancov. Spokojnosť s prácou a jej meranie. Teórie angažovanosti. Akvizícia zamestnancov. Uchádzač o zamestnanie ako externý zákazník. Interné pracovné prostredie ako miesto realizácie interného marketingu. Zamestnanec ako interný zákazník. Osobný rozvoj a profilovanie zamestnancov. Mobilita a orientácia zamestnancov. Stratégia budovania značky zamestnávateľa. Efektívna interná komunikácia, jej formy, nástroje a kanály. Interný marketing ako prvok podnikovej kultúry. Informačno-komunikačné technológie v internom a personálnom marketingu.

Odporúčaná literatúra:

1. MATUŠOVIČOVÁ, Monika – KORČOKOVÁ, Marína – OŽVOLDOVÁ, Katarína. Interný a personálny marketing. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. 222 s. ISBN 978-80-225-4977-6.
2. HROMKOVÁ, Michaela. Personálny marketing a employer branding v mimovládnom a komerčnom sektore na Slovensku. Trnava: Vydavateľstvo Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2021. 205 s. ISBN 978-80-568-0245-8.
3. MISHRA, Teena. Human Resource Management and Internal Marketing. New York: Taylor & Francis Group, NY: Routledge, 2023. 240 s. ISBN 978-1-032-20940-1.

Sylabus predmetu:

1. Interný marketing a personálny marketing. Interný marketing ako súčasť holistickej marketingovej koncepcie. Personálny marketing ako integrovaný pojem. 4P interného marketingového mixu. 4P personálneho marketingového mixu.
2. Základné oblasti skúmania v internom a personálnom marketingu. Personálny útvar a jeho úlohy. Význam a funkcie personálneho útvaru pri marketingových a riadiacich činnostiach v podniku.
3. Pracovné miesto ako produkt. Plánovanie a tvorba optimálnej štruktúry zamestnancov. Analýza práce. Dizajn pracovných miest. Smart working.
4. Cena pracovnej sily. Odmena za pracovný výkon a motivácia zamestnancov. Celková odmena. Súčasný trendy v poskytovaní zamestnaneckých výhod.
5. Spokojnosť a angažovanosť zamestnancov. Spokojnosť s prácou a jej meranie. Teórie angažovanosti. Úloha vedúceho zamestnanca.
6. Akvizícia zamestnancov. Trh práce ako miesto realizácie personálneho marketingu. Získavanie a výber zamestnancov. Uchádzač o zamestnanie ako externý zákazník.
7. Pracovné vzťahy a pracovné podmienky. Interné pracovné prostredie ako miesto realizácie interného marketingu. Zamestnanec ako interný zákazník. Starostlivosť o zamestnancov.
8. Osobný rozvoj a profilovanie zamestnancov. Proces podnikového vzdelávania zamestnancov a metódy vzdelávania. Riadenie kariéry a talent manažment v podniku. Veková diverzita na pracovisku.
9. Mobilita a orientácia zamestnancov. Systém rozmiestňovania zamestnancov. Pracovná a sociálna adaptácia. Tímová spolupráca.
10. Stratégia budovania značky zamestnávateľa. Proces budovania značky zamestnávateľa. Hodnotová ponuka zamestnávateľa (EVP) a aktivácia značky.
11. Interná komunikácia a interné PR. Efektívna interná komunikácia, jej formy, nástroje a kanály.

12. Interný marketing ako prvok podnikovej kultúry. Podstata, znaky, prejavy a typológia podnikovej kultúry. Zamestnanci ako nositelia značky.

13. Informačno-komunikačné technológie v internom a personálnom marketingu. Digitalizácia činností, sociálne siete, online networking, gamifikácia a rozšírená realita.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 166

A	B	C	D	E	FX
7.23	16.87	24.7	33.13	16.27	1.81

Vyučujúci: doc. Ing. Monika Matušovičová, PhD., Ing. Katarína Ožvoldová, PhD.

Dátum schválenia: 04.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 04.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21294/21	Názov predmetu: Podnikateľské modely a stratégie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % priebežné semestrálne hodnotenie 20 % semestrálna práca 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 130 hodín Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Spracovanie semestrálneho projektu: 13 hodín Príprava na písomné overovanie vedomostí: 13 hodín Príprava na skúšku: 39 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti získavajú absolvovaním predmetu vedomosti o jednotlivých prvkoch podnikania a ich vzájomných vzťahoch v podobe podnikateľských nápadov a podnikateľských modelov. Oboznámia sa s jednotlivými typmi podnikateľských nápadov, modelov a ich rozvojom so zreteľom na inovácie a podnikateľské riziko. Získajú vedomosti o vzájomných vzťahoch medzi podnikateľskými modelmi a podnikateľskými stratégiami v rôznych systémoch, typoch podnikania a odvetviach so zreteľom na konkurenciu. Oboznámia sa s možnosťami podpory podnikateľských nápadov a modelov na báze využitia podnikateľského poradenstva. Absolventi predmetu budú vedieť navrhovať úspešné podnikateľské modely a uvádzať ich do praxe. Naučia sa overovať podnikateľské nápady a transformovať ich do podnikateľských modelov tak, aby výsledná hodnota poskytovala úžitok podnikateľskému subjektu aj zákazníkovi. Porozumejú vzájomnej súčinnosti medzi podnikateľským modelom a podnikateľskou stratégiou, ktorá povedie k dosiahnutiu dlhodobu udržateľnej konkurenčnej výhody. Dokážu využívať podnikateľské poradenstvo ako interakciu medzi podnikateľom a poradcom pri rozvoji podnikateľských nápadov a kreovaní podnikateľských modelov a stratégií v rôznych podnikateľských situáciách. Úspešným absolvovaním predmetu študenti nadobudnú kompetencie, ktoré im umožnia zahájiť podnikateľskú činnosť v malých a stredných podnikoch, rodinných podnikoch a moderných formách podnikania vo všetkých odvetviach . Dokážu rozvíjať svoje podnikateľské nápady, navrhovať podnikateľské modely a overovať ich. Nadobudnú kompetencie, ktoré im umožnia	

flexibilne reagovať na rizikové situácie v podnikaní, rozvíjať podnikateľské modely a navrhovať konkurencieschopné podnikateľské stratégie.

Stručná osnova predmetu:

Podnikateľské modely, pojem, podstata a význam. Podnikateľské modely a podnikanie. Podnikateľské modely a podnikateľský nápad. Typológia podnikateľských modelov. Podnikateľské modely a podnikateľské riziko. Inovácie podnikateľských modelov. Podnikateľské modely a stratégie. Podnikateľské stratégie a konkurencia. Podnikateľské poradenstvo, modely a stratégie.

Odporúčaná literatúra:

1. HANULÁKOVÁ, Eva – ORESKÝ, Milan – KUKURA, Marek. Biznis modely – marketing, stratégie, poradenstvo. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 250 s. ISBN 978-80-7552-275-7.
2. ADÁMEK, Pavel – MEIXNEROVÁ, Lucie. Business modelování. Jak na business modely v digitálním prostředí. Praha: GRADA Publishing, a.s. 2022. 272 s. ISBN 978-80-271-3356-7
3. HAGUE, Paul. The Business Models Handbook: The Tools, Techniques and Frameworks Every Business Professional Needs to Succeed. KOGAN PAGR. 2023. 336 s. ISBN 1398611778
4. HUČKA, Miroslav a kolektív. Základy podnikání a podnikatelský proces. Praha: GRADA Publishing, a.s. 2021. 200 s. ISBN 978-80-271-3041-2
5. ZOTT, Charles. Business Model Innovation Strategy: Transformational Concepts. New York: Wiley & Sons, 2020. 158 s. ISBN 978-80-7552-275-7.

Sylabus predmetu:

1. Podnikateľský model – pojem, podstata. História podnikateľských modelov. Podnikateľský model, podnikanie a podnikateľský ekosystém. Význam podnikateľských modelov. Budúcnosť a trendy podnikateľských modelov.
2. Podnikateľský model a podnikateľský nápad. Životný cyklus podnikateľského nápadu. Koncept nového podnikania a podnikateľský model. Podnikateľské myslenie.
3. Podnikateľský model a tvorba hodnoty pre zúčastnené strany. Podnikateľský model a podnikateľské riziko. Rozhodovanie o podnikateľskom modeli.
4. Typológia podnikateľských modelov a ich systematizácia. Vlastnosti podnikateľských modelov.
5. Inovácie podnikateľských modelov. Životný cyklus odvetvia a rozvoj podnikateľských modelov. Tradičné a inovatívne podnikateľské modely.
6. Podnikateľské modely ako platforma pre formulovanie stratégie. Strategický a operatívny rámec podnikateľských modelov. Typológia stratégií vo vzťahu k podnikateľským modelom. Podnikateľský model, stratégia, konkurencia a konkurenčná výhoda.
7. Podnikateľské poradenstvo, pojem, podstata a význam pre podnikateľské modely a stratégie. Modely podnikateľského poradenstva vo vzťahu k podnikateľským modelom a stratégiám. Vzťah medzi poradcom a podnikateľom v kontexte podnikania, nového podnikania, rizikového podnikania a podnikateľského modelu a stratégie.
8. Podnikateľské modely a obchod.
9. Podnikateľské modely a marketing.
10. Podnikateľské modely v službách.
11. Podnikateľské modely v podmienkach cirkulárnej ekonomike. Udržateľné podnikateľské modely.
12. Podnikateľské modely startupov.
13. Podnikateľské modely vybraných odvetví.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 167

A	B	C	D	E	FX
22.75	20.96	19.76	17.37	16.17	2.99

Vyučujúci: prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., doc. Ing. Milan Oreský, PhD., Ing. Marián Čvirik, PhD., Ing. Róbert Hula, PhD., Ing. Marek Kukura, PhD.

Dátum schválenia: 04.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 03.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21295/21	Názov predmetu: Spotrebiteľské správanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 10 % priebežné semestrálne overovanie vedomostí 30 % vypracovanie semestrálnych заданий 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 130 hodín Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 12 hodín Spracovanie semestrálnych заданий: 20 hodín Príprava na písomné overovanie vedomostí: 16 hodín Príprava na skúšku: 30 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti absolvovaním predmetu Spotrebiteľské správanie získavajú vedomosti o procese nákupného rozhodovania spotrebiteľa ako aj o interných, externých a situačných faktoroch, ktoré správanie spotrebiteľa ovplyvňujú. Osobitne sa študenti oboznámia s teóriami vplyvu osobnosti, vnímania, učenia, pamäti, motivácie, potrieb a postojov na nákupné rozhodovanie spotrebiteľa a taktiež si odnesú poznatky o pôsobení kultúry, veku, referenčných skupín a rodiny na správanie spotrebiteľa. Znalosti, ktoré si študenti osvoja, vychádzajú z vybraných oblastí psychológie, sociológie a antropológie a aplikujú sa z pohľadu marketingového manažéra. Absolventi predmetu sa naučia analyzovať a hodnotiť proces nákupného rozhodovania spotrebiteľa, interpretovať ho a formulovať odporúčania pre manažérske rozhodnutia. Študenti dokážu formulovať myšlienkové celky, pripraviť v tímoch, ale aj samostatne písomné dokumenty vyhodnocujúce vplyv interných, externých a situačných faktorov na správanie spotrebiteľa. Absolventi taktiež získajú zručnosti pri realizácii štúdií zameraných na výskum spotrebiteľského správania. Úspešným absolvovaním predmetu študenti nadobudnú kompetencie, ktoré im umožnia analyticky uvažovať o psychológii spotrebiteľov a predpovedať, ako môžu cieľené zmeny interných, externých a situačných faktorov ovplyvniť dopyt spotrebiteľa po produktoch a službách. Zároveň študenti	

získajú schopnosť pracovať s informáciami o spotrebiteľskom správaní v záujme vytvorenia podmienok pre udržateľnú spotrebu a udržateľný marketing.

Stručná osnova predmetu:

Východiská a história spotrebiteľského správania ako academickej disciplíny. Model rozhodovania spotrebiteľa. Situačné faktory – vplyv nákupnej situácie. Kultúra ako externý faktor spotrebiteľského správania. Generačný marketing. Špecifiká trhu seniorov. Spoločenská vrstva, spoločenská rola a spoločenský status a ich vplyv na spotrebiteľské správanie. Vplyv referenčných skupín na spotrebiteľa. Teórie osobnosti a ich použitie pri skúmaní spotrebiteľského správania. Vnímanie. Pozornosť. Pochopenie. Akceptácia. Motivácia. Hierarchia cieľov. Behaviorálne učenie. Kognitívne učenie. Hybridné a pasívne učenie. Funkcie, štruktúrny model a zdroje vytvárania postojov. Multiatribútové modely merania postojov. Rodina a jej vplyv na nákupné rozhodovanie. Proces nákupného rozhodovania. Typológia spotrebiteľov. Trendy v spotrebiteľskom správaní. Udržateľná spotreba v kontexte životného štýlu, spôsobu nakupovania návykov, využívania a likvidácie produktov. Inovatívne výskumné metódy využívané vo výskume spotrebiteľa. Pozorovanie spotrebiteľského správania.

Odporúčaná literatúra:

1. ŽÁK, Štefan a kol. Spotrebiteľské správanie. Bratislava: Sprint 2, 2022. 391 s. ISBN 978-80-8971-057-5.
2. EAST, Robert et al. Consumer Behaviour: Applications in Marketing. 4. vyd. London: SAGE Publications Ltd, 2021. 376 s. ISBN 978-15-2973-083-8.
3. HOFFMANN, Stefan – AKBAR, Payam. Consumer Behavior: Understanding Consumers - Designing Marketing Activities. Wiesbaden: Springer Nature, 2023. 187 s. ISBN 978-36-5839-475-2.
4. SETHNA, Zubin. Consumer Behaviour. 5. vyd. London: SAGE Publications Ltd, 2023. 616 s. ISBN 978-15-2975-405-6.
5. SMITH, Andrew. Consumer Behaviour and Analytics: Mastering Business Analytics. 2. vyd. Boca Raton: Routledge, 2023. 230 s. ISBN 978-10-3238-837-3.

Sylabus predmetu:

1. Teoretický rámec spotrebiteľského správania. Východiská a história spotrebiteľského správania ako academickej disciplíny. Vymedzenie základných pojmov. Model rozhodovania spotrebiteľa - faktory, proces a informačný blok.
2. Situačné faktory – vplyv nákupnej situácie. Fyzické prostredie. Sociálne prostredie. Zadanie úlohy. Časové hľadisko. Momentálne naladenie.
3. Externé faktory spotrebiteľského správania - Kultúra. Prvky kultúry. Hodnoty. Zvyky. Rituály. Ostatné prvky kultúry vplývajúce na spotrebiteľské správanie. Demografické vplyvy na spotrebiteľa. Subkultúry podľa veku. Spotrebiteľské správanie detí a tínedžerov. Generačný marketing – porozumenie rozdielov v spotrebiteľskom správaní generácií X, Y, Z a alpha. Špecifiká trhu seniorov.
4. Externé faktory spotrebiteľského správania - Spoločenská vrstva, spoločenská rola a spoločenský status a ich vplyv na spotrebiteľské správanie. Vplyv referenčných skupín na spotrebiteľa.
5. Interné faktory - Osobnosť. Teórie osobnosti a ich použitie pri skúmaní spotrebiteľského správania. Vnímanie. Predpoklady vnímania. Weberov zákon vnímania. Proces vnímania. Pozornosť. Pochopenie. Akceptácia.
6. Interné faktory – Motivácia, Potreby, Ciele. Hierarchia cieľov. Učenie a jeho použitie v marketingu. Behaviorálne učenie (klasické a inštrumentálne podmieňovanie). Kognitívne učenie. Hybridné a pasívne učenie.
7. Interné faktory - Postoje. Funkcie postojov. Zdroje vytvárania postojov. Štruktúrny model postojov. Meranie postojov. Multiatribútové modely merania postojov. Stratégie zmien postojov.

8. Rodina a jej vplyv na nákupné rozhodovanie. Socializácia spotrebiteľa. Životný cyklus rodiny. Vplyv partnerov a detí na nákupné rozhodovanie rodiny. Modely spoločného rozhodovania v rodine. Typické konflikty súvisiace nákupným rozhodovaním a stratégie riešenia konfliktov.
9. Proces nákupného rozhodovania. Poznanie problému a zdroje informácií spotrebiteľa. Hodnotenie a výber nákupných alternatív. Spôsob rozhodovania spotrebiteľa - pravidlá rozhodovania. Typy spotrebiteľov z hľadiska procesu rozhodovania
10. Nákupné a ponákupné správanie spotrebiteľov. Proces nákupného správania spotrebiteľa. Nákupná orientácia a motivácia. Nákupná logistika. Typy nákupu. Proces ponákupného správania spotrebiteľa. Ponákupná kognitívna disonancia. Spotreba a druhy spotreby. Ponákupné hodnotenie - spokojnosť/nespokojnosť. Meranie spokojnosti. Typy nákupného správania spotrebiteľa.
11. Typológia spotrebiteľov. Význam a prístupy vytvárania typológií. Príklady nadnárodných a národných typológií.
12. Trendy v spotrebiteľskom správaní. Trendy v oblasti produktov, nakupovania, hodnôt a životného štýlu. Udržateľná spotreba v kontexte životného štýlu, spôsobu nakupovania návykov, využívania a likvidácie produktov.
13. Skúmanie spotrebiteľa v novom miléniu. Inovatívne výskumné metódy využívané vo výskume spotrebiteľa. Pozorovanie spotrebiteľského správania.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 166

A	B	C	D	E	FX
53.61	27.71	9.04	6.02	2.41	1.2

Vyučujúci: prof. Ing. Štefan Žák, PhD., MBA, LL.M., Ing. Dagmar Klepochová, PhD., Ing. Mgr. Janka Kopaničová, PhD., Ing. Dana Vokounová, PhD.

Dátum schválenia: 02.05.2022

Dátum poslednej zmeny: 28.02.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21296/21	Názov predmetu: Trendy vývoja maloobchodu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % priebežné semestrálne hodnotenie 20 % semestrálna práca 60 % písomná (ústna) skúška	
Pracovné zaťaženie študenta:	
Výsledky vzdelávania: Porozumieť aktuálnym trendom vývoja maloobchodu, inováciám v odvetví maloobchodu, identifikovať ich, analyzovať a v budúcnosti ich riadiť. Získať poznatky o súčasných a nových trendoch a inováciách, ktoré majú vplyv na konkurencieschopnosť v maloobchode; získať intelektuálne schopnosti identifikovať problémy a nové javy v maloobchode a formulovať stanoviská a návrhy ako konkrétne problémy a inovácie zohľadniť v strategickom plánovaní maloobchodu; pochopiť vplyv súčasných a objavujúcich sa trendov v maloobchode z makro perspektívy; získať schopnosti hodnotiť možnosti a spôsoby ziskového využitia podnikateľských príležitostí v maloobchode. Rozvíjať schopnosť identifikovať v najskoršom štádiu trendy a inovácie v oblasti riadenia maloobchodu a rozpoznať v nich podnikateľské príležitosti; schopnosti spracovať analýzu vplyvu a dôsledkov nových smerov vývoja maloobchodu a objavujúcich sa inovácií; využiť integrujúce myslenie v riadení a realizácii projektov – využitie kombinácie vedomostí zo štúdia a osvedčených postupov z praxe. Stať sa „vyhľadávačom trendov“, čítať ekonomické a iné správy z pohľadu dôsledkov pred maloobchod; využívať výskumné zručnosti na získanie informácií a poznatkov o problematike vývoja maloobchodu, aktuálnych trendoch a inováciách.	
Stručná osnova predmetu: Teoretické východiská maloobchodu v modernom obchode. Hlavné aspekty maloobchodu a maloobchodných sietí v súčasnosti. Aktuálne trendy vývoja maloobchodu. Procesy koncentrácie a globalizácie v maloobchode. Dosah na spotrebiteľa a jeho správanie.	
Odporúčaná literatúra: 1. Študijná literatúra a študijné texty pripravené vyučujúcimi.	

2. KOTLER, P. # KELLER, K. L. 2013. Marketing management. Praha: Grada Publishing, 14. vydanie, 2013. 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5.
3. LESÁKOVÁ a kol. 2014. Strategický marketing. Bratislava: Sprint 2, 2014. 349 s. ISBN 978-80-89710-07-2.

Sylabus predmetu:

1. Retail. Základné pojmy. Základné charakteristiky.
2. Maloobchodný predaj. Súčasný stav, nové formy.
3. Životný cyklus foriem a typov maloobchodu.
4. Maloobchodný predaj bez predajných priestorov.
5. Konkurencia v odvetví.
6. Prevádzkovatelia maloobchodu a rastúci podiel veľkých maloobchodníkov. .
7. Zmeny vertikálnych marketingových systémov.
8. Technika, technológia, IKT a jej vplyv na rozvoj MO.
9. Maloobchodné predajne ako súčasť obchodných a nákupných centier.
10. Zmeny spotrebiteľského správania. Spotrebiteľské organizácie. Úloha EuroCommerce
11. Globálne trendy, ktoré ovplyvňujú maloobchod.
12. Omnichannel, multichannel vs. hypersegmentácia.
13. Vízia existencie a realita maloobchodu v 21. storočí.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk, Anglický jazyk

Poznámky:

Vybraná problematika bude realizovaná zástupcami praxe

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 93

A	B	C	D	E	FX
48.39	45.16	4.3	1.08	1.08	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Jozef Orgonáš, PhD., MBA, doc. Ing. Milan Oreský, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 17.10.2021

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21298/21	Názov predmetu: Balenie a označovanie produktov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % semestrálna práca; 60 % písomná skúška;	
Pracovné zaťaženie študenta:	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti Absolvovaním predmetu študenti získajú poznatky o základnej terminológii v oblasti balenia produktov, členení a funkciách obalov, o obalových materiáloch, systémoch balenia výrobkov v rôznych odvetviach priemyslu a dôležitosti balenia a označovania produktov. Nadobudnú poznatky o vplyve daných druhov obalov na životné prostredie a spôsoboch zaobchádzania sa s obalovým odpadom (jeho likvidáciou). Študenti spoznajú najnovšie trendy a inovatívne riešenia v oblasti balenia produktov. Zručnosti Absolvovaním predmetu študenti budú schopní rozlišovať medzi povinným a dobrovoľným označovaním produktov a overiť správnosť informácií uvádzaných na obaloch vybraných produktov. Absolvovaním predmetu študenti budú schopní posúdiť správnosť informácií na danom druhu vybraných potravinárskych a nepotravinárskych produktov, navrhnúť daný druh obalu a systém balenia pre zabezpečenie kvality daného druhu produktu a druh jeho ochrany ako predmetu priemyselného vlastníctva. Kompetencie Uvedomuje si spoločenský a profesionálny význam obalov a ich označovania na bezpečnosť, kvalitu produktov, spotrebiteľa a životné prostredie.	
Stručná osnova predmetu: Predmet balenie a označovanie produktov je zameraný na zdôraznenie významu balenia a označovania obalov pri zabezpečovaní kvality produktov. Umožňuje získať vedomosti o funkciách obalov, členení obalov, základných a moderných obalových materiáloch, vybraných systémoch balenia produktov, faktoroch ovplyvňujúcich kvalitu a bezpečnosť obalov a produktov. Vysvetľuje význam obalu v marketingu, a taktiež jeho vplyv na životné prostredie. Zaoberá sa ekonomickými aspektami balenia produktov a taktiež možnosťami právnej ochrany obalu ako predmetu priemyselného vlastníctva.	

Odporúčaná literatúra:

1. Athanassiou, A. (2021). Sustainable Food Packaging Technology. Vch Pubn GmbH.
2. Ducková, V, Pavelková, A. (2018). Balenie a označovanie potravín. Druhé prepracované vydanie. Nitra: Vydavateľstvo SPU.
3. Shukla, A.K. (2023). Food Packaging: The Smarter Way. Berlin: Springer.
4. Muthu, S.S. (2021). Sustainable Packaging. Singapore: Springer.
5. Rangappa, S. M., Parameswaranpillai, J., Thiagamani, S. M. K., Krishnasamy, S., Siengchin, S. (2023). Food Packaging Advanced Materials, Technologies, and Innovations. CRC Press.
6. <http://www.packaging-cz.cz/cz/casopis>
7. <https://www.packagingnews.co.uk/>
8. <https://packagingeurope.com/>
9. <https://www.packaginginsights.com/>
10. <https://www.aipia.info/index.php>

Sylabus predmetu:

1. Členenie a základné funkcie obalov. Kvalita a bezpečnosť obalov. Význam balenia pri zabezpečovaní kvality produktov.
2. Požiadavky ovplyvňujúce voľbu obalu vyplývajúce z právnych predpisov a vlastností výrobkov.
3. Dizajn obalov. Úlohy a prostriedky obalového dizajnu.
4. Význam obalu v marketingu. Obal ako marketingový nástroj. Vplyv obalu na zlepšovanie predaja produktov. Prípadové štúdie.
5. Charakteristika základných obalových materiálov.
6. Charakteristika inovatívnych obalových materiálov.
7. Označovanie produktov (povinné a dobrovoľné) a obalov (bezpečnosť, identifikácia druhu obalových materiálov) v kontexte ochrany spotrebiteľa.
8. Environmentálne označovanie produktov vo vzťahu k ochrane spotrebiteľa.
9. Posudzovanie vplyvu vybraného druhu obalu na životné prostredie. Trendy v oblasti obalových materiálov šetrných k životnému prostrediu. Systém zberu a recyklácie odpadov z obalov - obalový odpad. Likvidácia obalového odpadu.
10. Základné systémy balenia výrobkov v rôznych odvetviach priemyslu (potraviny, alkoholické a nealkoholické nápoje, lieky, kozmetické výrobky, čistiace prostriedky).
11. Inovatívne riešenia v oblasti balenia výrobkov (aktívne a inteligentné obaly, jedlé etikety a jedlé obaly).
12. Obal ako predmet priemyselného vlastníctva.
13. Obal v e-commerce. Ekonomika balenia produktov.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

seminárov sa budú zúčastňovať odborníci z praxe

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 113

A	B	C	D	E	FX
64.6	24.78	6.19	3.54	0.88	0.0

Vyučujúci: doc. Dr. Ing. Malgorzata Agnieszka Jarossová, Ing. Barbara Barilová

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 17.10.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21299/21	Názov predmetu: Spoločenská zodpovednosť firiem
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % priebežné semestrálne hodnotenie 20 % semestrálna práca 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta:	
Výsledky vzdelávania: Znalosti a porozumenie: pochopiť problém spoločenskej zodpovednosti firiem, dôležitosť, vývoj a implementácia v konkrétnych podmienkach, pochopiť aplikáciu spoločenskej zodpovednosti firiem v oblasti vývoja produktu, správania zákazníka, marketingových stratégií, marketingového plánovania a marketingového mixu . Praktické zručnosti: schopnosť aplikovať inštrumentárium spoločenskej zodpovednosti firiem v konkrétnych prípadoch, kriticky zhodnotiť situáciu, formulovať kritériá pre analýzu súčasnej situácie a formulovať ciele udržateľnej marketingovej stratégie. Kompetencie: schopnosť pracovať s informáciami, vyhľadávať ich, vyberať, analyzovať a syntetizovať so zameraním na koncept spoločenskej zodpovednosti firiem, schopnosť predvídať scenáre ďalšieho vývoja.	
Stručná osnova predmetu: Trvalo udržateľný rozvoj a spoločenská zodpovednosť firiem. Ciele trvalo udržateľného rozvoja. Definície spoločensky zodpovedných firiem. Úloha zainteresovaných strán v spoločensky zodpovedných firmách. Spoločenská zodpovednosť firiem a zákazníci. Spoločenská zodpovednosť firiem a dodávateľský reťazec. Integrácia sociálnej zodpovednosti podnikov do firiem. Tvorba stratégie spoločenskej zodpovednosti podnikov. Dizajn, technológia a plánovanie v rámci udržateľnosti vo firme. Inovácie udržateľných výrobkov a služieb. Spoločenská zodpovednosť firiem na finančných trhoch a investície. Meranie výkonnosti spoločenskej zodpovednosti. Budúce trendy spoločenskej zodpovednosti firiem.	
Odporúčaná literatúra: 1. Chomová, K. (2022). Udržateľný marketing – nová éra marketingu. Vydavateľstvo EDUCATION.SUSTAINABILITY.BRATISLAVA. Bratislava 2. Chomová, K. (2023). Spoločenská zodpovednosť firiem. Vydavateľstvo EKONÓM. Bratislava	

4. Kislingerova, E. (2021). Cirkulární ekonomie a ekonomika. Grada. Praha
5. Kotler, P. (2020). Entrepreneurial marketing: Beyond professionalism to creativity, Leadership and Sustainability. John Wiley & Sons Inc. USA
6. Skees, S. (2023). Purposeful Brands: How purpose and sustainability drive brand value and positive change. KoganPage. London

Sylabus predmetu:

1. Trvalo udržateľný rozvoj a spoločenská zodpovednosť firiem. Historické súvislosti. Vývoj spoločenskej zodpovednosti firiem. Úloha podnikania v spoločnosti. Obehové hospodárstvo.
2. Výzvy pre udržateľný rozvoj. Ciele trvalo udržateľného rozvoja. Obchod, práca a občianstvo v globalizovanom svete. Spoločenská zodpovednosť firiem v rozvojových krajinách. Kritický pohľad na spoločenskú zodpovednosť firiem.
3. Čo je to Spoločenská zodpovednosť firiem? Definície spoločensky zodpovedných firiem. Tri piliere konceptu spoločenskej zodpovednosti firiem. Morálny, racionálny a ekonomický argument. Prečo je spoločenská zodpovednosť firiem dôležitá?
4. Úloha zainteresovaných strán v spoločensky zodpovedných firmách. Teória zainteresovaných strán a riadenie zainteresovaných strán. Rôzna perspektíva rôznych zúčastnených strán. Partnerstvo s mimovládnyimi organizáciami. Medzi-sektorové partnerstvo pre udržateľnosť. Zodpovedné vedenie. Správa a riadenie spoločností.
5. Spoločenská zodpovednosť firiem a zákazníci. Udržateľnosť a spotreba. Zákazníci LOHAS.
6. Spoločenská zodpovednosť firiem a dodávateľský reťazec. Spoločenská zodpovednosť firiem v globálnych reťazcoch. Zameranie na zodpovedný nákup.
7. Integrácia sociálnej zodpovednosti podnikov do firiem. Vízia, poslanie, taktika a nástroje spoločenskej zodpovednosti firiem. Spoločenská zodpovednosť firiem ako konkurenčná výhoda.
8. Tvorba stratégie spoločenskej zodpovednosti podnikov. Spoločenská zodpovednosť firiem a MSP. Spoločenská zodpovednosť firiem a korporácie.
9. Dizajn, technológia a plánovanie v rámci udržateľnosti vo firme. Úloha inovatívneho dizajnu, plánovania a technológií pri uľahčovaní udržateľného podnikania.
10. Inovácie udržateľných výrobkov a služieb. Podpora inovácií prostredníctvom efektívnych riešení. Zodpovedne inovatívne startupy.
11. Spoločenská zodpovednosť firiem na finančných trhoch a investície. Úloha metrík súvisiacich s financiami, napr. Dow Jones index udržateľnosti, FTSE4Good, etické investície, ISO 26000, GRI atď.
12. Meranie výkonnosti spoločenskej zodpovednosti. Podávanie správ a účtovníctvo. Podporné agentúry a poskytovatelia služieb sociálnej zodpovednosti firiem. Komunikácia a marketing spoločenskej zodpovednosti firiem.
13. Budúce trendy. Vznik právnych predpisov v oblasti sociálnej zodpovednosti firiem. Kariérny rozvoj pre profesionálov v oblasti spoločenskej zodpovednosti firiem. Smerom k udržateľnejšiemu hospodárstvu.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 169

A	B	C	D	E	FX
40.83	40.24	16.57	1.78	0.59	0.0

Vyučujúci: Ing. Katarína Chomová, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 17.10.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21301/21	Názov predmetu: Zmyslový marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % aktívna účasť, riešenie praktických úloh, priebežné overovanie vedomostí; 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta:	
Výsledky vzdelávania: Študenti po absolvovaní predmetu disponujú generickými znalosťami zmyslového marketingu. Oboznámia sa špecifikami aplikácií jednotlivých zmyslov v prostredí marketingu. Absolventi predmetu majú generický teoretický prehľad o predmetnej problematike a zároveň disponujú znalosťami o praktickej aplikácie. Študenti získavajú poznatkovú bázu zameranú na aroma marketing, taktilný marketing, audio marketing i vizuálny marketing. Dokážu komplexne využiť prvky zmyslového marketingu v jednotlivých prvkoch marketingového mixu. Absolvent predmetu nadobúda zručnosti uplatňovania získaných vedomostí na plnenie úloh a riešení problémov v oblasti zmyslového marketingu ako aj v oblastiach s ním spojených. Vzhľadom na vysoko praktický prístup k predmetnej problematike majú absolventi rozšírený prehľad marketingovej vedy v kontexte zmyslového aparátu. Absolvent tak získa konkurenčnú výhodu na trhu práce. Študenti po úspešnom absolvovaní predmetu sú schopní využívať elementy zmyslového vnímania ako účinný nástroj marketingu. Porozumie možnostiam aplikačného potenciálu zmyslového marketingu. Keďže je dôraz predmetu kladený práve na praktickú aplikáciu, získa absolvent schopnosti použiť vedomosti v praktickej rovine. Úspešný absolvent tak získava kompetencie, ktoré môže zužitkovať ako podnikateľ, člen marketingového oddelenia, ale aj ako marketingový manažér.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do zmyslového marketingu. Prvky zmyslového marketingu. Zmyslový marketingový mix. Scent marketing. Taktilný marketing. Marketing chuti. Audio marketing. Vizuálny marketing. Multisenzorický marketing. Špecifiká zmyslového marketingu. Zmyslový marketing v spotrebiteľskom správaní. Zmyslový marketing ako nástroj budovania značky. Zmyslový marketing a marketingový mix.	
Odporúčaná literatúra:	

1. ČVIRIK, Marián a Eva HANULÁKOVÁ. Zmyslový marketing. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2021, 124 s. ISBN 978-80-225-4888-5.
2. HULTÉN, Bertil. Sensory Marketing: An Introduction. SAGE Publications Ltd; 1st edition, 2020, 240 p. ISBN 978-1526423252.
3. RAMESH, Novnish. The use of Sensory Marketing and its effect on Consumer Behavior. Editions Universitaires Europeennes, 2019, 100p. ISBN: 978-6138456544.
4. ŽÁK, Štefan, Dagmar KLEPOCHOVÁ, Janka KOPANIČOVÁ a Dana VOKOUNOVÁ. Spotrebiteľské správanie. Bratislava: Sprint 2, 2022, 391 s. ISBN 978-80-89710-57-7.

Sylabus predmetu:

1. Úvod do zmyslového marketingu. Zmysly ako báza zmyslového marketingu.
2. Zmyslový marketingový mix.
3. Scent marketing. Aroma marketing.
4. Taktilný marketing.
5. Marketing chuti.
6. Audio marketing.
7. Hudba v marketingu.
8. Vizuálny marketing.
9. Multisenzorický marketing.
10. Špecifiká zmyslového marketingu.
11. Miesto spotrebiteľa a zákazníka v zmyslovom marketingu.
12. Zmyslový marketing v podmienkach manažmentu značky.
13. Zmyslový marketing a marketingový mix.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 141

A	B	C	D	E	FX
85.11	9.22	4.96	0.0	0.71	0.0

Vyučujúci: Ing. Marián Čvirik, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 17.10.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21304/21	Názov predmetu: Kvalita a udržateľnosť produktov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % priebežné semestrálne hodnotenie 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta:	
Výsledky vzdelávania: Študenti získavajú absolvovaním predmetu vedomosti o význame kvality a udržateľnosti produktov, o ich kvalitatívnych, environmentálnych a bezpečnostných aspektoch z pohľadu výrobcu, marketingového pracovníka a spotrebiteľa. Oboznámia sa s princípmi a metódami hodnotenia úžitkových vlastností produktov. Oboznámia sa s Európskou stratégiou spravodlivého, zdravého potravinového systému šetrného k životnému prostrediu „z farmy na stôl“ a s negatívnymi dosahmi plytvania potravín. Získajú vedomosti o vysledovateľnosti produktov, o kvalite a bezpečnosti vybraných potravinárskych a nepotravinárskych produktov z pohľadu spotrebiteľa, o povinnom a dobrovoľnom označovaní produktov a právach a povinnostiach spotrebiteľa na trhu. Budú vedieť vyhodnotiť celospoločenské prínosy ekodizajnu produktov, cirkulárneho dizajnu, prechodu na elektromobilitu, udržateľnejšieho prístupu k textilu a odevom a výrobkom z plastov. Absolventi predmetu budú vedieť prakticky využívať metódy hodnotenia úžitkových vlastností produktov, budú vedieť navrhovať úžitkové vlastnosti produktov v zameraní na kvalitatívne, bezpečnostné, environmentálne a celospoločenské aspekty so zreteľom na spotrebiteľské preferencie, vyjadrené a nevyjadrené potreby. Kriticky analyzovať celospoločenské problémy v oblasti udržateľnej výroby a spotreby a ochrany spotrebiteľa v súvislosti s potravinárskymi a nepotravinárskymi produktmi. Úspešným absolvovaním predmetu študenti nadobudnú kompetencie, ktoré im umožnia robiť manažérske rozhodnutia o produktoch na základe poznania technologických, environmentálnych a celospoločenských trendov, efektívne spolupracovať v pracovných tímoch pri tvorbe produktov a pri rozhodnutiach súvisiacich s riadením jednotlivých fáz životného cyklu produktov, pri rozhodnutiach o vertikálnej alebo horizontálnej integrácii.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do predmetu Kvalita a udržateľnosť produktov. Kvalitatívne, environmentálne a bezpečnostné požiadavky. Úžitkové vlastnosti produktov. Metódy hodnotenia úžitkových	

vlastností. Problematika udržateľnosti a udržateľného rozvoja. Tvorba produktov na báze cirkulárneho dizajnu, opätovné použitie produktov a recyklácia. Kvalita a bezpečnosť potravinárskych a nepotravinárskych produktov z pohľadu spotrebiteľa. Práva a povinnosti spotrebiteľa na trhu (záruka, reklamácia produktov, odstúpenie od zmluvy). Biopotraviny, tradičné a regionálne potraviny, funkčné potraviny. Plytvanie potravinami. Iniciatívy na zníženie potravinového odpadu. Ekodizajn produktov so zameraním na elektrospotrebiče. Elektromobilita a jej technologické, environmentálne a spoločenské aspekty. Plasty, ich využitie v produktoch, bezpečnosť a environmentálne aspekty v celom životnom cykle produktu. Textil a odevy. Problematika rýchlej módy a udržateľnej módy, zmena spotrebiteľského správania, dosah textilného priemyslu na životné prostredie v celom životnom cykle produktu.

Odporúčaná literatúra:

1. Baker, C. (2022). Design for sustainability survival guide. Bis Publicatios. B.V. Netherland
2. Blum, P. (2021). Circular fashion. Orion Publication Co. UK
3. Chomová, K. (2022). Udržateľný marketing – nová éra marketingu. Vydavateľstvo EDUCATION.SUSTAINABILITY.BRATISLAVA. Bratislava
4. Chomová, K. (2023). Spoločenská zodpovednosť firiem. Vydavateľstvo EKONÓM. Bratislava
5. Krnáčová, P.- Jarossová, M.A. (2020). Tovaroznalectvo potravinárskeho tovaru: praktikum. . Vydavateľstvo EKONÓM. Bratislava
6. Koopmans, V.D. (2021). Ecodesign: A life cycle approach for a sustainable.future. Hanse Publications. Germany
7. Norman, D. (2023). Design for better world. MIT Press. USA

Sylabus predmetu:

1. Úvod do predmetu Kvalita a udržateľnosť produktov. Kvalita produktu ako nástroj produktovej politiky. Kvalitatívne, environmentálne a bezpečnostné požiadavky na jednotnom európskom trhu a pri vývoze a dovoze. Vysledovateľnosť produktov.
2. Úžitkové vlastnosti produktov. Metódy hodnotenia úžitkových vlastností.
3. Problematika udržateľnosti a udržateľného rozvoja. Princípy a modely cirkulárnej ekonomiky, tvorba produktov na báze cirkulárneho dizajnu, opätovné použitie produktov a recyklácia. Etická stránka udržateľnosti a spotreby.
4. Kvalita a bezpečnosť potravinárskych a nepotravinárskych produktov z pohľadu spotrebiteľa (ohrozenie bezpečnosti produktov, povinné a dobrovoľné označovanie produktov, nutričná a energetická hodnota, senzorické vlastnosti produktov). Práva a povinnosti spotrebiteľa na trhu (záruka, reklamácia produktov, odstúpenie od zmluvy).
5. Kvalita ekologických potravinárskych a nepotravinárskych produktov z pohľadu spotrebiteľa (vlastnosti produktov, ich vplyv na životné prostredie, označovanie).
6. Biopotraviny, tradičné a regionálne potraviny, funkčné potraviny. Európska stratégia spravodlivého, zdravého potravinového systému šetrného k životnému prostrediu -, „z farmy na stôl“.
7. Plytvanie potravinami. Potravinové straty a potravinový odpad. Príčiny plytvania potravinami. Dôsledky plytvania potravinami. Iniciatívy na zníženie potravinového odpadu.
8. Ekodizajn produktov so zameraním na elektrospotrebiče. Celospoločenský význam a dôsledky označovania elektrospotrebičov energetickými štítkami, spotrebiteľské vnímanie nových energetických tried. Riadenie konca životnosti produktu. Zodpovednosť výrobcov za elektroodpad.
9. Tvorba úžitkových vlastností produktu pre vybrané cieľové skupiny spotrebiteľov.
10. Elektromobilita a jej technologické, environmentálne a spoločenské aspekty. Trendy v rozvoji elektromobility v EÚ.
11. Plasty, ich využitie v produktoch, bezpečnosť a environmentálne aspekty v celom životnom cykle produktu. Iniciatívy na redukciiu vplyvu plastov v životnom prostredí.

12. Textil a odevy. Konkurencieschopnosť textilného a odevného priemyslu v EÚ, zameranie na produkty s vysokou pridanou hodnotou. Pôvod textilných surovín, výroba textilných materiálov a odevov, distribúcia, predaj, používanie, tvorba odpadu a ich vplyv na udržateľnosť.

13. Problematika rýchlej módy a udržateľnej módy, zmena spotrebiteľského správania, dosah textilného priemyslu na životné prostredie v celom životnom cykle produktu.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

vybrané semináre budú realizované zástupcami praxe

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 51

A	B	C	D	E	FX
45.1	21.57	17.65	7.84	7.84	0.0

Vyučujúci: Ing. Katarína Chomová, PhD., Ing. Renáta Ševčíková, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 17.10.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21306/21	Názov predmetu: Biznis protokol
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 6.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % - priebežné hodnotenie 80 % - ústna skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Celková študijná záťaž: 104 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 26 hodín Príprava na skúšku: 52 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti získavajú absolvovaním predmetu vedomosti o význame spoločenskej etikety, jej pravidlách, spoločenskom takte. Oboznámia sa s pravidlami obliekania sa, dresscode ženy a muža. Získajú vedomosti etikete na každý deň, predstavovania sa a správania, etikete telefonovania, stolovania, úlohe host'a a hostiteľa. Získajú prehľad o význame spoločenských udalostí, rozdielnosti kultúr a mravov. Nadobudnú tiež vedomosti o osobnej prezentácii na prijímacom pohovore, pracovnom stretnutí. Absolventi predmetu budú vedieť prispôsobiť svoje správanie potrebe spoločenskej etikety. Budú vedieť identifikovať podmienky situácie, vyhodnotiť vhodnosť spôsobov predstavovania. Pochopia význam dresscode ženy a muža. Dokážu formálne správne absolvovať pracovné stretnutia, spoločenské udalosti rôzneho charakteru. Úspešným absolvovaním predmetu študenti nadobudnú kompetencie, ktoré im umožnia vhodne prispôsobiť svoje správanie podmienkam, ktoré si daná situácia vyžaduje pri pracovnom výkone na pozíciách všetkých úrovni manažmentu. Študenti získajú kompetencie v rámci všetkých foriem spoločenskej etikety, naučia sa správne riešiť spoločenské situácie, uplatňovať pravidlá správania sa doma, v práci a na verejnosti. Získajú zručnosti ako sa správať a byť si istí v pracovných a mimo pracovných situáciách. Nadobudnú postoj a vnútorné stotožnenie sa s dôležitými princípmi business protokolu, ktoré sú samozrejmosťou profesionality úspešného manažéra, absolventa Obchodnej fakulty EU BA. Prostredníctvom riešenia prípadových štúdií, modelových situácií, hrania rolí a pod. dokážu aplikovať získané teoretické vedomosti v praxi.	
Stručná osnova predmetu:	

Pravidlá etikety. Postavenie v spoločnosti. Spoločenský takt. Návyky slušnosti. Správanie človeka. Etiketa na každý deň. Etiketa telefonovania. Obliekanie človeka. Dresscode muža a ženy. Pracovné stretnutia. Správanie pri stolovaní. Prijímací pohovor. Osobná prezentácia. Spoločensko-pracovné stretnutia. Spoločenské udalosti. Rozdielnosť kultúr.

Odporúčaná literatúra:

CHLÁDECKÁ, J. – DRÁBIK, P. Biznis protokol. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, pozn.: literatúra v príprave

Sylabus predmetu:

1. Úvod do štúdia predmetu, Zoon politikon. Literatúra a podmienky absolvovania predmetu.
2. Etiketa v minulosti a dnes. Diferenciácia postavenia v spoločnosti. Kategórie významnosti. Spoločenský takt, ohľaduplnosť, úcta k človeku a estetickosť. Návyky slušnosti.
3. Pravidlá etikety. Predstavovanie, zdravenie, používanie vizitiek, oslovovanie, dary. Správanie ako obraz človeka.
4. Etiketa na každý deň. Chôdza, vchádzanie, kino, divadlo, hotel, reštaurácia, šatňa, dáždnik, cestujeme spoločne. Všímavosť.
5. Etiketa telefonovania, používanie mobilných telefónov. Litera scripta manet – napísané trvá.
6. Šaty robia človeka. Príťažlivosť ženy a elegancia muža, hygienické požiadavky. Odev vyššej a nižšej spoločenskej úrovne. Správanie prispôbujeme oblečeniu.
7. Dresscode muža, oblek, košeľa, kravata, topánky, bielizeň, doplnky, slávnostné oblečenie. Biznis dresscode.
8. Dresscode ženy, šaty, sukňa, kostým, sako, nohavice, blúzky, topánky, bielizeň, doplnky, slávnostné oblečenie. Biznis dresscode.
9. Pracovné stretnutie, firma, reštaurácia, zasadací poriadok, prestretý stôl, obsluha, správanie pri stole, obrúsok, konzumácia jedla, pitie nápojov. Ako byť dobrým spoločníkom.
10. Prijímací pohovor, etiketa v kancelárii, kolegovia, priatelia, nadriadení a podriadení. Osobná prezentácia a príprava prezentácie.
11. Zaužívané spoločensko-pracovné stretnutia, raňajky, brunch, pracovný obed, pracovné stretnutie, podpisovanie zmlúv. Úloha hostiteľa a host'a.
12. Spoločenské udalosti slávnostného charakteru, pozvánky a odev. Recepčia, banket, raut, vernisáž, buffét lunch, garden party, večierok, ples. Prípitky a príhovory, spoločenské faux paux - prehrešky.
13. Iné kultúry, iný kraj iný mrav. Záver výučby, vyhodnotenie predmetu a hodnotenie študentov

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 39

A	B	C	D	E	FX
71.79	28.21	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Milan Oreský, PhD.

Dátum schválenia: 04.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 30.03.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba

zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba
zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21308/21	Názov predmetu: Franchising
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 6.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % priebežné semestrálne hodnotenie 20 % semestrálna práca 60 % písomná (ústna) skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 104 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 20 hodín Príprava na skúšku: 58 hodín	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: Študenti získavajú absolvovaním predmetu franchising vedomosti o podstate franchisingu, jeho atribútoch, franchisingovej zmluve, franchisingovej „biblii“, etickom kódexe, tvorbe franchisingového konceptu a jeho realizácii v praxi. Oboznámia sa s jednotlivými etapami tvorby, existencie, prípadne zániku franchisingu. Získajú vedomosti o pozíciách centrál, franchisora, franchisee a o ich vzájomnom vzťahu. Kompetencie: Absolventi predmetu budú vedieť vytvoriť franchisingový koncept, zostaviť plán tvorby, plán expanzie na tretie trhy, vytvoriť model, analyzovať ho a pripraviť jednotlivé etapy konceptu. Porozumejú komplexné franchisingové systémy ako súčasť vertikálneho marketingového vzťahu. Dokážu vytvoriť a koordinovať činnosť centrál franchisingu, vytvoriť z pozície franchisora komplexný model rozširovania, vrátane štatistických a ekonomických analýz, vypočítať break even point a predikovať vývoj franchisingového konceptu na vybranom teritóriu. Zručnosti Úspešným absolvovaním predmetu franchising nadobudnú študenti kompetencie, ktoré im umožnia podnikanie vo franchisingovom systéme, umožnia im uplatniť sa vo vedúcich pozíciách manažérskeho a marketingového charakteru, pracovať v oblasti ľudských zdrojov (najmä pri výbere franchisingového partnera). Nadobudnú tiež kompetencie v oblasti komunikácie, distribúcie, financovania. Dokážu riešiť problematiku na úrovni stratégie aj operatívny. Nadobudnú dostatočnú profesijnú a profesionálnu flexibilitu v oblasti tvorby a aplikácie franchisingového konceptu.	

Stručná osnova predmetu:

Úvod do franchisingu. História franchisingu. Spoločensko-ekonomická kontext franchisingu. Právne aspekty franchisingu. Franchisingové koncepty. Franchisingová biblia. Manuál vo franchisingu. Špecifiká franchisingu. Stav franchisingu v Slovenskej republike, v krajinách V 4, v Európe, vo svete. Potenciál rozvoja franchisingu v 21. storočí.

Odporúčaná literatúra:

1. Orgonáš, J. – Šetaffy, J. – Rak, P., 2017. Kompendium franchisingu. Praha: Wolters Kluwer, 181 s. ISBN 978-80-7552-853-7.
2. Orgonáš, J., 2015. Antológia franchisingu. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015. 282 s. ISBN 978-80-225-4136-7.
3. Orgonáš, J., 2013. Franchising. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2013. 136 s. ISBN978-80-225-3679-0.

Sylabus predmetu:

1. Základné pojmy. Franchising, história a avznik, definícia.
2. Právny rámec franchisingu v SR.
3. Právny rámec franchisingu v krajinách V 4, Európe, vo svete. Etický kódex.
4. Situácia vo franchisingu v SR. SFA.
5. Franchisingová zmluva.
6. Ochranná známka a licencie vo franchisingu.
7. Franchisingové koncepty.
8. Manuál vo franchisingu, vzdelávanie, poplatky.
9. Špecifiká franchisingu.
10. Franchising – výhody a nevýhody pre poskytovateľa a prijímateľa.
11. Ekonomická udržateľnosť franchisingu.
12. Technický a technologický rozvoj franchisingu
13. Franchising – koncept pre 21. storočie.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský, anglický

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 89

A	B	C	D	E	FX
70.79	16.85	5.62	1.12	5.62	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Jozef Orgonáš, PhD., MBA

Dátum schválenia: 04.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 30.03.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21310/21	Názov predmetu: Testovanie a hodnotenie produktov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % semestrálna práca; 60 % písomná skúška;	
Pracovné zaťaženie študenta:	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti Študenti absolvovaním predmetu poznajú faktory ovplyvňujúce kvalitu potravinárskych a nepotravinárskych produktov. Subjektívne a objektívne metódy používané pri testovaní a hodnotení ich kvality. Budú vedieť aplikovať získané vedomosti a kriticky diskutovať o jednotlivých hodnoteniach, kritériách a výsledkoch ich vzájomného porovnania. Získajú poznatky o dobrovoľných systémoch posudzovania kvality produktov a budú vedieť vyhodnotiť vplyv obalov na ich kvalitu. Zručnosti Študenti absolvovaním predmetu budú vedieť aplikovať rôzne prístupy k hodnoteniu kvality produktov a taktiež rozdielne metódy štatistického spracovania výsledkov. Kompetencie Formulovať návrhy na koncepčné riešenie monitorovania a zlepšovania kvality potravinárskych a nepotravinárskych produktov.	
Stručná osnova predmetu: Predmet je zameraný na charakteristiku úžitkových vlastností produktov a ich vplyv na konkurencieschopnosť podnikov. Faktory, ktoré ovplyvňujú kvalitatívne charakteristiky produktov v procese obehu – od výrobcu až k spotrebiteľovi. Študenti získajú poznatky o rôznych metódach hodnotenia produktov a praktické skúsenosti s ich realizáciou v praxi. Dokážu identifikovať systémy posudzovania kvality produktov a vyhodnotiť vplyv obalov na ich kvalitu.	
Odporúčaná literatúra: 1. Cavalcante, J.A. M. (2022). Sensory Food Analysis. Our Knowledge Publishing. 2. Costa, Monteiro, M. J. P, Lamy, E. (2023). Sensory Evaluation and Consumer Acceptance of New Food Products: Principles and Applications (Food Chemistry, Function and Analysis). Royal Society of Chemistry.	

3. Jurgová, O., Úradníčková, J., Marenčáková, J. (2022). Potraviny a výživa II. Nitra: SPU.
4. Krnáčová, P., Jarossová, M. A. (2020). Tovaroznalectvo potravinárskeho tovaru. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.
5. Krnáčová, P., & Jarossová, M. A. (2020). Tovaroznalectvo potravinárskeho tovaru: zadania na cvičenia. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.
6. Shukla, A.K. (2022). Food Quality Analysis. Applications of Analytical Methods Coupled With Artificial Intelligence. Elsevier Science & Technology.
7. Stone, H., Bleibaum, R., N, Thomas, H. A. (2020). Sensory Evaluation Practices. Academic Press.

Sylabus predmetu:

1. Charakteristika úžitkových vlastností produktov a ich vplyv na konkurencieschopnosť produktov.
2. Charakteristika úžitkových vlastností produktov online.
3. Kvalita produktov z pohľadu spotrebiteľa. Faktory, ktoré ovplyvňujú kvalitatívne charakteristiky produktov v procese obehu – od výrobcu až k spotrebiteľovi.
4. Charakteristika a členenie potravinárskych a nepotravinárskych produktov. Legislatíva v oblasti skúšobníctva. Metódy skúšania a hodnotenia produktov, ich význam a využívanie v obchodnej praxi. Systém zabezpečovania a preukazovania zhody.
5. Subjektívne metódy hodnotenia kvality produktov. Metódy senzorickej analýzy, objektivizácia týchto metód.
6. Skúška senzorickej citlivosti. Hodnotiaci tím. Podmienky na vykonávanie senzorickej hodnotení.
7. Spotrebiteľské hodnotenie produktov (metódy hodnotenia preferencií, metódy posudzovania miery akceptácie produktov).
8. Objektívne metódy hodnotenia kvality produktov. Ich rozdelenie, použitie vhodných objektívnych metód na testovanie kvality produktov vzhľadom na ich špecifický charakter. Zásady odberu vzoriek a validácia skúšobných metód.
9. Dobrovoľné systémy posudzovania kvality produktov.
10. Testovanie produktov, vzájomné porovnanie kvalitatívnych parametrov u vybraných potravinárskych a nepotravinárskych produktov od rôznych výrobcov, analýza vzťahu medzi kvalitou a cenou produktov ako i výsledkov testovania a ich grafická interpretácia. Štatistické metódy využívané pri spracovaní výsledkov hodnotenia kvality produktov.
11. Kvalita produktu a obal. Rôzne systémy balenia produktov a ich vplyv na kvalitu produktu.
12. Hodnotenie vybraných funkcií obalov.
13. Prezentácia vybraných druhov produktov a metód hodnotenia ich kvality odborníkmi z praxe.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

seminárov sa budú zúčastňovať odborníci z praxe

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 84

A	B	C	D	E	FX
64.29	27.38	7.14	1.19	0.0	0.0

Vyučujúci: Ing. Renáta Ševčíková, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 17.10.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21311/21	Názov predmetu: Digitálna asistencia v podnikaní
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % priebežné semestrálne hodnotenie 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta:	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu bude disponovať vedomosťami v najnovších trendoch inteligentných systémov na automatizáciu obchodných procesov. Bude sa vedieť orientovať v systémoch digitálnej asistencie, ktorá bude poskytovať personalizovaný a automatizovaný servis rôznych služieb. Porozumie prínosu umelej inteligencie v komunikácii so zákazníkom. Študent po absolvovaní predmetu nadobudne zručnosti v ovládaní a tvorbe automatizovaných procesov v obchodnej praxi majúcich výrazný vplyv na flexibilitu komunikácie v prostredí kolaboračných nástrojov. Uplatnenie absolventa v manažérskych pozíciách výrazne umocňuje jeho schopnosť naplno využívať najmodernejšie informačné systémy s čoraz prepracovanejšou inteligenciou, ktorá má stúpajúcu tendenciu v asistencii manažmentu podnikania.	
Stručná osnova predmetu: Základná orientácia v problematike technológie digitálnych asistentov využiteľných v podnikaní. Oboznámenie sa s jednotlivými úrovňami digitálnej asistencie od jednoduchých konverzačných automatov aplikovateľných ako prvý kontakt so zákazníkom až po komunikačné systémy na báze umelej inteligencie. Tímová tvorba funkčného konverzačného asistenta.	
Odporúčaná literatúra: 1. MIKLOŠÍK, Andrej a Martin KUČHTA. Informačné systémy: digitálne technológie v marketingu. Bratislava: EKONÓM, 2017. ISBN 978-80-225-4427-6. 2. SERBÍN, Patrik. Čo je chatbot a aké má využitie? Podnikajte.sk [online]. 19.9.2019 [cit. 2020-01-20]. Dostupné na: https://www.podnikajte.sk/informacne-technologie/co-je-chatbot-vyuzitie 3. Snatchbot.me [online]. [cit. 2020-02-20]. Dostupné na: https://snatchbot.me/	

4. SPANO, Martin. Umelá inteligencia v orechovej škrupinke: Stručný úvod do umelej inteligencie, strojového učenia, neurónových sietí, hlbokého učenia a robotov. 2019. ISBN 978-80-570-0680-0.

Sylabus predmetu:

1. Digitálna ekonomika, úvod do technológie digitálnej asistencie, definovanie pojmov
2. Možnosti využitia digitálnej asistencie v podnikaní
3. Aplikácia nástrojov virtuálnej asistencie v interakcii so zákazníkom I.
4. Aplikácia nástrojov virtuálnej asistencie v interakcii so zákazníkom II.
5. Aplikácia nástrojov virtuálnej asistencie v interakcii so zákazníkom III.
6. Využitie hlasových asistentov v podnikateľskom prostredí
7. Digitálny asistent - personalizovaná ponuka služieb na základe analýzy chovania zákazníka
8. IoT nástroje digitálnych asistentov pre podnikové smart riešenia
9. Digitálny asistent - automatizácia business procesov I.
10. Digitálny asistent - automatizácia business procesov II.
11. Digitálny asistent - automatizácia business procesov III.
12. Aplikácia machine learning v digitálnej asistencii
13. Bezpečnosť podnikových informácií v prostredí digitálneho asistenta

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 41

A	B	C	D	E	FX
75.61	24.39	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Ing. Peter Červenka, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 17.10.2021

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21312/21	Názov predmetu: Psychológia spotrebiteľa
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % priebežné semestrálne hodnotenie 60% skúška	
Pracovné zaťaženie študenta:	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študenti získajú vedomosti o ľudskej psychológii a jej využití pri výskume spotrebiteľského správania ako v marketingu. Počas semestra sa oboznámia s biologickými predispozíciami jednotlivca, psychologickými špecifikami a sociálnymi vplyvmi určujúcimi ľudské konanie a správanie. Porozumejú tomu ako, prečo a do akej miery ovplyvňuje marketing spotrebiteľov v ich každodenných rozhodnutiach. Absolvent kurzu bude schopný porozumieť marketingovým stimulom a mechanizmom ich vplyvu. Naučí sa rozlišovať medzi účinnými a neúčinnými marketingovými podnetmi a vďaka tomu bude kompetentný rozhodovať o vhodnosti stimulov použitých v marketingovej stratégii. Po úspešnom absolvovaní kurzu študenti získajú kompetencie, ktoré im umožnia nielen pochopiť príčinu reakcií spotrebiteľov na marketingový koncept 4P, ale tiež budú mať schopnosť predvídať, ktoré zmeny v marketingovom mixe by mohli viesť k prirodzene pozitívnym alebo prirodzene negatívnym reakciám. Získaný vhľad do psychológie vytvorí bázu pre kompetentné rozhodnutia so zreteľom na výslednú reakciu spotrebiteľa pri tvorbe a zmene marketingového mixu produktov a služieb. Získané vedomosti budú schopní uplatniť na manažérskych pozíciách vo všetkých typoch spoločností.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do individuálnej psychológie. Biologické základy psychológie. Stavba mozgu a nervového systému. Endokrinný systém a jeho vplyv na správanie. Štúdie dopamínových odoziev na marketingové stimuly. Vedomie a vnímanie. Senzorické orgány. Pozornosť zameraná a nezameraná. Štúdie podprahového vnímania. Selektívne vnímanie. Senzorický marketing. Weberov zákon vnímania a jeho aplikácie v marketingu. Učenie a pamäť. Behaviorálne a kognitívne učenie. Posilnenie a oslabenie odmenou a trestom v spotrebiteľskom správaní. Selektívne zapamätávanie. Myslenie. Kategorizácia a základné kamene myslenia. Usudzovanie. Stratégie riešenia problémov. Kognícia verzus hedonizmus v spotrebe. Motivácia a jej biologické aktivátory. Odmena (cieľ) a incentívne aktivátory motivácie a ich použitie v marketingu. Emócie. Osobnosť.	

Postoje. Zmena postojov a persuázia v marketingovej komunikácii. Sociálna interakcia a jednotliviec. Socializácia jednotlivca a socializácia spotrebiteľa. Tlak rovesníkov a spotrebiteľské správanie. Komunikácia a vývoj jazyka. Neverbálna komunikácia. Posturika, gestika a mimika v interpersonálnej komunikácii a ich význam pre marketing. Neuroveda a jej aplikácia do marketingu. Neuromarketing. Psychológia pri skúmaní spotrebiteľa. Etika použitia poznatkov psychológie v marketingu.

Odporúčaná literatúra:

1. Haugtvedt, C., P., Herr, P., M., Kardes, F., R..(2018) Handbook of Consumer Psychology. Routledge.
2. Jansson-Boyd , C (2019) Consumer psychology. Open University Press.

Sylabus predmetu:

1. Úvod do individuálnej psychológie. Biologické základy psychológie. Stavba mozgu a nervového systému a zodpovednosť jednotlivých častí za odpoveď na stimuly.
2. Endokrinný systém a jeho vplyv na správanie. Štúdie dopamínových odoziev na marketingové stimuly
3. Vedomie a vnímanie. Senzorické orgány. Pozornosť zameraná a nezameraná. Štúdie podprahového vnímania. Selektívne vnímanie. Senzorický marketing. Weberov zákon vnímania a jeho aplikácie v marketingu
4. Učenie a pamäť. Behaviorálne a kognitívne učenie. Štúdie klasického a operatívneho podmieňovania. Použitie asociatívneho učenia v marketingovej komunikácii. Poslinenie a oslabenie odmenou a trestom v spotrebiteľskom správaní. Selektívne zapamätávanie
5. Myslenie. Kategorizácia a základné kamene myslenia. Usudzovanie. Stratégie riešenia problémov. Kognícia verzus hedonizmus v používaní.
6. Motivácia a jej biologické aktivátory. Odmena (cieľ) a incentívne aktivátory motivácie a ich použitie v marketingu. Štúdie incentívnej motivácie a jej použitia pri nastavovaní 4P.
7. Emócie: podstata, zložky, aktivácia a prejavy. Štúdie emočných reakcií v spotrebiteľskom správaní.
8. Osobnosť. Podstata osobnosti a individualita. Prístupy k štúdiu osobnosti a ich použitie v marketingu.
9. Postoje: podstata, štruktúra, proces formovania. Zmena postojov a persuázia v marketingovej komunikácii.
10. Sociálna interakcia a jednotliviec. Socializácia jednotlivca a socializácia spotrebiteľa. Tlak rovesníkov a spotrebiteľské správanie.
11. Komunikácia a vývoj jazyka. Neverbálna komunikácia. Posturika, gestika a mimika v interpersonálnej komunikácii a ich význam pre marketing.
12. Neuroveda a jej aplikácia do marketingu. Neuromarketingové štúdie spotrebiteľského správania
13. Systematizácia aplikácií poznatkov psychológie pri skúmaní spotrebiteľa. Etika použitia poznatkov psychológie v marketingu

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 123

A	B	C	D	E	FX
48.78	21.95	17.07	7.32	4.07	0.81

Vyučujúci: Ing. Mgr. Janka Kopaničová, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 17.10.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21314/21	Názov predmetu: Dizajn produktu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 6.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 30 % priebežné semestrálne hodnotenie Kombinovaná skúška: 40 % tímová prezentácia semestrálneho projektu 30 % individuálny písomný test	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 104 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre a návšteva udalostí zameraných na dizajn a podnikanie: 26 hodín Spracovanie semestrálneho projektu: 26 hodín Príprava skúšky: 26 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti získavajú absolvovaním predmetu vedomosti o význame dizajnu pre tvorbu inovácií a konkurenčnej výhody a prístupoch k manažmentu dizajnu na prepojenie marketingu s dizajnom. Oboznámia sa s princípmi produktového dizajnu, participatívneho dizajnu, inkluzívneho dizajnu a s využitím interdisciplinárneho prístupu k navrhovaniu produktov na báze využitia princípov Design Thinking a princípov gamification. Získajú vedomosti o nových prístupoch k navrhovaniu produktov ako dizajn pre cirkularitu, na základe praktickej aplikácie hry zameranej na tvorbu nových podnikateľských príležitostí. Budú vedieť vyhodnotiť celospoločenské prínosy produktového dizajnu aj prínosy pre firmu a pre zákazníka. Absolventi predmetu budú vedieť prakticky využívať interdisciplinárny prístup k navrhovaniu nových produktov, využívať dizajnérsky softvér pre nedizajnérov na tvorbu marketingových materiálov. Úspešným absolvovaním predmetu študenti nadobudnú kompetencie, ktoré im umožnia efektívne spolupracovať v interdisciplinárnych tímoch pri tvorbe spotrebiteľsky atraktívnych a environmentálne zameraných produktov a vytvárať jasné argumenty a užitočné odporúčania pri tvorbe dizajnu produktov a obalov z marketingového, environmentálneho a celospoločenského hľadiska.	
Stručná osnova predmetu:	

Úvod do problematiky predmetu Dizajn produktu. Produkt a konkurencieschopnosť. Historický vývoj dizajnu a jeho využitie pri inováciách produktov. Vymedzenie základných pojmov v teórii dizajnu. Kreativný priemysel. Manažment dizajnu. Dizajnérsky prístup k navrhovaniu nových produktov Design Thinking, pri tvorbe nových podnikateľských príležitostí v podmienkach cirkulárnej ekonomiky využitím podnikateľskej hry - gamification. Práca s dizajnérskym softvérom Canva pre nedizajnérovo. Emocionálny obsah dizajnu. Vzťah dizajnu produktu a udržateľnosti. Sociálne podnikanie s využitím dizajnu. Dizajn obchodného prostredia. Dizajn obalu. Perspektívy využitia dizajnu v podnikaní.

Odporúčaná literatúra:

1. Designum: časopis o dizajne. Bratislava: Slovenské centrum dizajnu.
2. Ellen McArthur Foundation. Design and the circular economy.
3. Engholm, I. (2020). Quick Guide to Design Thinking. Strandberg Publishing.
4. Európska komisia. Ecodesign for sustainable products.
5. Knošková, L., Garasová, P., Ševčíková, R. (2021). Dizajn produktu pri spotrebiteľskom rozhodovaní a jeho využitie vo firmách. Vydavateľstvo EKONÓM.
6. Klimczak, I. (2021). Current Trends in Quality Science – Design, Quality and Safety of Products. Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji.
7. Nekolová, V., Veszprémi Sirotková, A., Boorová, B., Paholková, B., Prváková, M., Burns, K., & Stint, C. (2020). Design Thinking: A Practical Guide. Birmingham: DT.Uni.
8. Worren, N. (2018). Organization Design: Simplifying Complex Systems (2nd Edition). Routledge.
9. Zákon č. 444/2002 Z. z. o dizajnoch v znení neskorších predpisov

Sylabus predmetu:

1. Úvod do problematiky predmetu Dizajn produktu. Využitie dizajnu v podnikaní. Produkt a konkurencieschopnosť. Rozhodujúce činitele úspešnosti produktov na trhu.
2. Historický vývoj dizajnu a jeho využitie pri inováciách produktov. Priemyselný dizajn a jeho vývojové štádiá. Charakter inovácií ovplyvňovaných dizajnom.
3. Vymedzenie základných pojmov v teórii dizajnu. Ciele a funkcie dizajnu. Výrazové prostriedky. Hodnotenie produktového dizajnu.
4. Vzťah dizajnu produktu a udržateľnosti. Environmentálne aspekty dizajnu. Ekodizajn. Udržateľná výroba. Kreativný priemysel. Vzťah kreativity, dizajnu a inovácií.
5. Dizajnérsky prístup k navrhovaniu nových produktov. Inovačný prístup Design Thinking. Interdisciplinárny prístup k tvorbe nových podnikateľských príležitostí.
6. Dizajn produktu v cirkulárnej ekonomike. Navrhovanie produktov v cirkulárnej ekonomike – pochopenie podnikateľských modelov založených na princípoch cirkulárnej ekonomiky. Tvorba podnikateľských príležitostí v cirkulárnej ekonomike. Cirkulárny dizajn. Gamification.
7. Emocionálny obsah dizajnu. Produktová sémantika. Elementy a princípy v dizajne.
8. Práca s dizajnérskym softvérom Canva pre nedizajnérovo pri tvorbe marketingových materiálov na uvedenie nového produktu na trh.
9. Manažment dizajnu. Úrovne manažmentu dizajnu. Stupne vyspelosti, faktory úspešnosti a prínosy.
10. Sociálne podnikanie s využitím dizajnu. Inkluzívny dizajn. Participatívny dizajn.
11. Ochrana práv priemyselného vlastníctva v zameraní na dizajn.
12. Dizajn obalu. Prvky obalového dizajnu ako prostriedok komunikácie. Návrh obalu a udržateľnosť.
13. Perspektívy využitia dizajnu ako konkurenčnej výhody v podnikaní.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 59

A	B	C	D	E	FX
76.27	20.34	3.39	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Ing. Renáta Ševčíková, PhD.**Dátum schválenia:** 04.04.2022**Dátum poslednej zmeny:** 17.10.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21317/21	Názov predmetu: Mystery shopping
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 6.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % semestrálna práca; 60 % písomná skúška.	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 104 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 20 hodín Spracovanie semestrálneho projektu: 40 hodín Príprava na skúšku: 18 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti získajú absolvovaním predmetu vedomosti o podstate výskumnej metóde – mystery shoppingu. Oboznámia sa s formami a procesom mystery shoppingu, ako aj modernou formou mystery shoppingu v online prostredí. Absolventi nadobudnú vedomosti o možnostiach spracovania výsledkov mystery shoppingu, kreatívnej tvorbe mystery story a záznamového hárku. Úspešný absolvent bude vedieť realizovať mystery shopping pre potreby získavania údajov a informácií, ktoré môžu slúžiť ako báza pre zlepšovanie pozície na trhu. Naučia sa participovať vo všetkých častiach procesu mystery shoppingu. Úspešný absolvent je kompetentný komplexne vytvárať ako aj realizovať a vyhodnocovať predmetnú výskumnú metódu. Dôraz je kladený na aplikačný charakter a realizáciu v praxi. Absolventi predmetu nadobudnú kompetencie, ktoré im umožňujú uplatnenie sa na v oblasti marketingu, výskumu trhu, podnikaní, ale aj na manažérskych pozíciách. Mystery shopping ako výskumná metóda predstavuje multiodborový nástroj, ktorého znalosť zvyšuje kompetencie každého absolventa.	
Stručná osnova predmetu: Teoretická báza mystery shoppingu. Formy mystery shoppingu. Proces mystery shoppingu. Realizácia mystery shoppingu v online podmienkach. Realizácia mystery shoppingu v zvolenej kamennej predajni. Vyhodnotenie a prezentácia správy z mystery shoppingu. Zhodnotenie mystery shoppingov. Určení výhod a nevýhod predmetnej výskumnej metódy.	
Odporúčaná literatúra:	

1. ČVIRIK, Marián. Mystery shopping. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2023, 96s. ISBN 978-80-225-5059-8.
2. ČVIRIK, Marián. Mystery Shopping - Knowledge Search. Ekonomika cestovného ruchu a podnikanie: vedecký časopis Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave. Bratislava: Katedra služieb a cestovného ruchu OBF EU, 2020, 12(2), 6-14. ISSN 2453-9988.
3. MIZIK, Natalie and HANSSENS, Dominique M. Handbook of Marketing Analytics. Edward Elgar Publishing Limited, 2018, 713 p. ISBN 978-1-78471-675-2.
4. TAHAL, Radek a kolektív. Marketingový výzkum Postupy, metody, trendy. Grada, 2022, 296 p. ISBN 9788027135356.

Sylabus predmetu:

1. Úvod do mystery shoppingu. Vznik a vývoj mystery shoppingu.
2. Mystery shopper.
3. Mystery shopping ako výskumný nástroj.
4. Formy mystery shoppingu.
5. Proces mystery shoppingu.
6. Mystery shopping v online prostredí.
7. Príprava hodnotiaceho hárka.
8. Etika v podmienkach mystery shoppingu.
9. Mystery story. Príprava scenára.
10. Spracovanie údajov mystery shoppingu.
11. Nástroje vyhodnocovania mystery shoppingu.
12. Riešenie prípadových štúdií z problematiky mystery shoppingu.
13. Prezentácie výsledkov mystery shoppingu. Zhodnotenie silných a slabých stránok.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 51

A	B	C	D	E	FX
41.18	33.33	11.76	7.84	5.88	0.0

Vyučujúci: Ing. Marián Čvirik, PhD.

Dátum schválenia: 04.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 17.10.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21319/21	Názov predmetu: Metódy kvalitatívneho výskumu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 6.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % priebežné semestrálne hodnotenie 60 % skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 104 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 14 hodín Príprava na záverečnú skúšku: 64 hodín	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študenti získajú vedomosti o použití kvalitatívnych metód. Počas semestra sa oboznámi s prístupmi ku kvalitatívnemu výskumu, ako aj s metódami používanými pri kvalitatívnom výskume na zhromažďovanie údajov. Získajú vedomosti o procese kvalitatívneho výskumu od začiatku do konca. Absolvent predmetu bude schopný správne implementovať kvalitatívne výskumné metódy. Naučí sa rozlišovať medzi prístupmi a zvoliť ten správny. Vďaka tomu bude kompetentný rozhodovať o vhodnej metóde zhromažďovania údajov pre vybraný marketingový problém, a bude tiež schopný pripraviť výskumný plán, uskutočniť výskum a formulovať zistenia. Po úspešnom absolvovaní kurzu študenti získajú kompetencie, ktoré im umožnia nielen pochopiť podstatu marketingového problému a identifikovať informácie potrebné na jeho riešenie, ale tiež budú mať schopnosť rozhodnúť sa, ako a kde je potrebné informácie možné získať. Schopnosť používať metódy kvalitatívneho výskumu bude výhodou nielen pri uskutočňovaní vlastného výskumu, ale aj pri čítaní výsledkov výskumu od externých firiem. Získané vedomosti budú schopní uplatniť na manažérskych pozíciách vo všetkých typoch spoločností ako aj vo vlastnom podnikaní.	
Stručná osnova predmetu: Kvalitatívny výskum v primárnom marketingovom výskume. Prístupy ku kvalitatívneho výskumu. Akčný výskum. Etnografický výskum. Výskum vybraných prípadov. Ukotvená teória. Metódy zberu údajov v kvalitatívnom výskume. Focus Group. Hĺbkový rozhovor. Pološtrukturovaný rozhovor. Participatívne pozorovanie. Netnografia. Formulácia výskumného problému. Regrutácia. Písanie scenáru. Zber údajov. Kódovanie. Interpretácia výsledkov.	

Odporúčaná literatúra:

1. Maison, D. (2018) Qualitative Marketing Research: Understanding Consumer Behaviour. Routledge.
2. Myers, M., D. (2019) Qualitative Research in Business and Management. Sage

Sylabus predmetu:

1. Úvod do kvalitatívneho výskumu. Realizácia úvodnej „FOCUS GROUP“
2. Metódy kvalitatívneho výskumu - Akčný výskum, Etnografický výskum, Výskum vybraných prípadov, Ukotvená teória
3. Metódy zberu údajov v kvalitatívnom výskume - predstavenie jednotlivých metód zberu údajov, zameranie špecificky na Focus Group. Regrutačný dotazník. Scenár v skupinovej diskusii. Prínosy a riziká použitia skupinovej diskusie.
4. Realizácia skupinovej diskusie.
5. Analýza údajov Focus group. Spôsoby prepisu a kódovania.
6. Závery a zistenia z realizovanej FG. Analýza chýb pri realizácii FG, analýza výsledkov a formulácia záverov.
7. Metóda „Participatívne pozorovanie“ a metóda „Netnografia“ - priblíženie metód, inštruktáž k realizácii.
8. Realizácia participatívneho pozorovania vo vybranom nákupnom centre (exkurzia) - odhaľovanie slabín a predností metód.
9. Závery a zistenia - Analýza údajov zozbieraných realizovaných metód účastníckeho pozorovania, formulovanie záverov.
10. Analýza údajov získaných netnografickým výskumom. Zistenia a závery.
11. Metóda „Interview“ - písanie scenára a identifikácia ďalších účastníkov, inštruktáž k realizácii rozhovorov
12. Analýza údajov zozbieraných realizovanými metódami Závery a zistenia z realizovaných pološtrukturovaných rozhovorov, analýza chýb realizácie
13. Zhrnutie porovnania výsledkov rôznych metód, porovnanie, posúdenie vhodnosti metód pre rôzne typy marketingových problémov.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 12

A	B	C	D	E	FX
41.67	8.33	25.0	8.33	16.67	0.0

Vyučujúci: Ing. Mgr. Janka Kopaničová, PhD.

Dátum schválenia: 04.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 17.10.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21321/21	Názov predmetu: Segmentácia trhu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 6.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % priebežné semestrálne hodnotenie 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 104 hodín Účasť na prednáškach: 0 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 39 hodín Spracovanie semestrálneho projektu: 0 hodín Príprava na písomné overovanie vedomostí: 0 hodín Príprava na skúšku: 39 hodín	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu získajú študenti vedomosti o význame segmentácie trhu pre úspešné pôsobenie firmy na trhu. Naučia sa o procese segmentácie a o druhoch segmentačných premenných, ktoré môže slúžiť ako báza pre segmentáciu. Oboznámia sa s typológiami a procesom ich vytvárania. Naučia sa využívať viacrozmerné štatistické metódy vhodné na vytváranie segmentov a na zisťovanie rozdielov medzi vybranými skúmanými skupinami. Po absolvovaní predmetu budú študenti vedieť zadefinovať charakter údajov potrebných pre vytvorenie segmentov. Naučia sa spracovať zhromaždené údaje v štatistickom programe a analyzovať ich rôznymi štatistickými metódami. Porozumejú rôznym zhlukovacím metódam v rámci zhlukovej analýzy a naučia sa interpretovať výstupy použitých štatistických metód. Budú vedieť vytvoriť profil každého segmentu a navrhnúť vhodné marketingové aktivity pre oslovenie vybraných cieľových skupín. Absolventi predmetu nadobudnú kompetencie pri analyzovaní a riešení problémov a úloh marketingového manažmentu najmä v oblasti vytvárania segmentov, rozhodovania o výbere cieľových skupín a navrhovania stratégií pokrytia trhu. Úspešným absolvovaním predmetu budú študenti schopní formulovať požiadavky na informácie potrebné pre rozhodovanie, budú vedieť spracovať údaje do podoby vhodnej na analýzu, ako aj vybrať vhodné štatistické metódy zohľadňujúce cieľ analýzy a typy vstupných údajov.	
Stručná osnova predmetu:	

Úvod do segmentácie trhu a jej postavenie v rámci hlavných princípov marketingu. Proces segmentácie trhu od tvorby segmentov, cez výber cieľových skupín až po navrhnutie trhovej pozície. Stratégie pokrytia trhu a kritériá pre výber vhodných segmentov. Demografické, geografické, ekonomické, psychografické a behaviorálne segmentačné premenné. Segmentačná báza a profil segmentu. Systémy geo-demografickej segmentácie. Psychografická segmentácia ako prostriedok vytvárania typológie spotrebiteľov. Segmentácia podľa hodnôt a systémov hodnôt podľa prístupov rôznych autorov. A-priori segmentácia a štatistické metódy zamerané na zisťovanie rozdielov. Post-hoc segmentácia, zhluková analýza a zhlukovacie metódy. Interpretácia výsledkov štatistických metód.

Odporúčaná literatúra:

1. Vokounová, D. 2006. Segmentácia trhu. Bratislava: Ekonóm.
2. Lesáková, D., Hanuláková, E., Vokounová, D. 2010. Marketingové analýzy. Bratislava: Daniel Netri.
3. Kotler, P., Keller, K.L. 2013. Marketing management. Praha: Grada Publishing.

Sylabus predmetu:

1. Segmentácia ako jeden zo základných princípov marketingu. Proces segmentácie trhu. Tvorba segmentov, výber cieľových skupín, pozicionovanie.
2. Spôsoby pokrytia trhu. Kritériá úspešnej segmentácie.
3. Klasifikácia segmentačných premenných. Merateľné a nemerateľné premenné, demografické, psychografické a premenné súvisiace s produktom.
4. Premenné ako segmentačná báza a na vytvorenie profilu segmentov. Výber vhodných premenných. Tvorba dotazníka.
5. Geo-demografická segmentácia. Systémy geo-demografickej segmentácie. Riešenie prípadovej štúdie.
6. Psychografická segmentácia a typológia spotrebiteľov. Prístupy k vytváraniu typológií. Riešenie prípadovej štúdie.
7. Segmentácia na základe hodnôt. Systémy hodnôt podľa rôznych autorov (Rokeach, Kahle, Herche, Schwartz).
8. Štatistické metódy zamerané na zisťovanie rozdielov.
9. A-priori segmentácia. Výber vhodnej štatistickej metódy na zisťovanie rozdielov medzi vybratými skupinami.
10. Analýza a interpretácia výsledkov a-priori segmentácie.
11. Zhluková analýza. Zhlukovacie metódy v zhlukovej analýze.
12. Post-hoc segmentácia s využitím zhlukovej analýzy. Výber vhodnej zhlukovacej metódy.
13. Analýza a interpretácia výsledkov post-hoc segmentácie.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 40

A	B	C	D	E	FX
57.5	30.0	7.5	5.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Ing. Dana Vokounová, PhD.

Dátum schválenia: 04.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 13.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21350/21	Názov predmetu: Podnikanie v praxi 1 - FOTO LAB
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % priebežné semestrálne hodnotenie 20 % záverečné hodnotenie vybraným subjektom hospodárskej praxe 60 % záverečná prezentácia výsledkov semestrálnej práce	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 104 hodín Účasť na odbornej praxi: 26 hodín Príprava na odbornú prax: 26 hodín Spracovanie priebežných úloh zadaných vybraným subjektom hospodárskej praxe: 26 hodín Príprava na záverečnú prezentáciu: 26 hodín	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: Študenti nadobudnú schopnosť porozumieť základným procesom prebiehajúcich v subjektoch hospodárskej praxe pôsobiacich v oblasti obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu a podnikania, cestovného ruchu a služieb a analyzovať ich. Získajú vedomosti o analýze prostredia v ktorom dané subjekty pôsobia. Nadobudnú vedomosti o spôsoboch a prístupoch riešenia rôznych situácií spojenými s bežnou prevádzkou organizácií ziskového a neziskového sektora. Praktické zručnosti: Študenti budú schopní aplikovať nástroje podnikovej politiky v konkrétnych podmienkach vybraného subjektu hospodárskej praxe. Nadobudnú schopnosť rozhodnúť sa a navrhnúť riešenia projektov a problémov na operatívnej a taktickej úrovni. Budú vedieť kriticky vyhodnotiť alternatívne riešenia problémov v oblasti obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu, cestovného ruchu a služieb. Kompetencie: Študenti získajú schopnosť vyhľadávať a analyzovať údaje, ktoré sú potrebné pre vybraný subjekt hospodárskej praxe, schopnosť navrhnúť alternatívne scenáre rozvoja, schopnosť používať analýzu a syntézu. Dokážu rozdeliť úlohy v rámci tímovej práce na operatívnej a taktickej úrovni vybraného subjektu hospodárskej praxe. Jednotlivé vedomosti, praktické zručnosti a kompetencie sa môžu odlišovať podľa profilu absolventa a vzdelávacích cieľov študijného programu, na ktorom sa predmet vyučuje.	

Stručná osnova predmetu:

Zoznámenie s vybraným subjektom hospodárskej praxe, obchodného a výrobného podniku, podniku služieb, veľvyslanectva SR zahraničí, podniku cestovného ruchu na národnej i medzinárodnej úrovni. Marketingové prostredie. Analýza trhových príležitostí aj v medzinárodnom kontexte v segmente obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu, medzinárodného podnikania, cestovného ruchu a služieb.

Odporúčaná literatúra:

1. Hanuláková, E. a kol. Marketing – ľudia, nástroje, trendy. Bratislava: Wolters Kluwer, 364s. ISBN: 978-80-571-0438-4.
2. DANESHJO, Naqibullah – HANULÁKOVÁ, Eva. Produkt a inovácie. Košice: Vydavateľstvo Petit s. r. o., 2021. 188s. ISBN 978-80-973836-3-3.
3. TAHAL, Radek. Marketingový výzkum: postupy, metódy, trendy. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2022. 293 s. ISBN 978-80-271-3535-6.
4. DAŇO, Ferdinand – DRÁBIK, Peter – REHÁK, Róbert – VERNEROVÁ, Dominika. Distribúcia (Distribúcia v marketingu, Distribučný manažment). Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 328 s. ISBN 978-80-225-4962-2.
5. HANULÁKOVÁ, Eva – ORESKÝ, Milan – KUKURA, Marek. Biznis modely – marketing, stratégie, poradenstvo. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 250 s. ISBN 978-80-7552-275-7.
6. KOTLER, P. # KELLER, K. L. Marketing management. Praha : Grada Publishing, 814 p. ISBN 978-80-247-4150-5. CHÝBA ROK - MAL BY BYŤ 14. VYDANIE Z 2013.
7. ZÁBOJNÍK, Stanislav – ČIDEROVÁ, Denisa. Medzinárodný obchod - repetitórium. Žilina: EDIS-vydavateľské centrum ŽU, 2020. 181 s. ISBN 978-80-554-1722-6.
8. ZORKÓCIOVÁ, Otília a kolektív. Medzinárodný marketing v kontexte najnovších tendencií vývoja. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2023. 363 s. ISBN 978-80-225-5119-9.
9. KITTOVÁ, Zuzana. Praktikum z európskeho a medzinárodného obchodného práva. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. 193 s. ISBN 978-80-225-5018-5.
10. KAŠŤÁKOVÁ, Elena a kol. Dovozné a vývozné obchodné operácie. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. 219 s. ISBN 978-80-225-5031-4.
11. CHOVANCOVÁ, Božena - MALACKÁ, Viera - ÁRENDÁŠ, Peter - KOTLEBOVÁ, Jana. Investovanie na finančných trhoch. 1. vydanie. Bratislava : Sprint 2, 2021. ISBN 978-80-89710-53-1.
12. Gúčik, M. 2020. Cestovný ruch v ekonomike a spoločnosti. Bratislava: Wolters Kluwer. 456 s. ISBN 9788057102731.
13. KUBIČKOVÁ, Viera a kol. Manažment služieb. 1. vyd. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2021. 100 s. ISBN 978-80-225-4878-6.
14. BENEŠOVÁ, Dana at al. Analýza trendov v cestovnom ruchu a súvisiacich službách. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálnych študií, 2021. 140 s. ISBN 978-80-7556-090-2.
15. MICHÁLKOVÁ, A. - GÁLL, J. - ÖZOĞLU, M.: Ekonomika cestovného ruchu v regióne - vybrané problémy. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2022. 166 s. ISBN 978-80-7676-418-7.
16. NAĐOVÁ KROŠLÁKOVÁ, Monika a kol. Obchodné podnikanie. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm. 2024.

Sylabus predmetu:

1. KOTLER, P. # KELLER, K. L. Marketing management. Praha : Grada Publishing, 814 p. ISBN 978-80-247-4150-5.
2. KITA, J, a kol. Marketing. Bratislava : IURA EDITION, 2010. 411 s. ISBN 978-80-8078-327-3.

3. BALÁŽ, Peter, a kol. Medzinárodné podnikanie. Bratislava : Sprint 2, 2019, 304 s. Economics. ISBN 978-80-89710-51-5.
4. ZORKÓCIOVÁ, Otília a kol. Medzinárodný marketing. 1. vyd. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2016. 309 s. ISBN 978-80-225-4332-3.
5. NOVACKÁ, Ľudmila et al. Cestovný ruch, technika služieb, delegát a sprievodca. Recenzenti: Marián Bujna, Kristína Viestová. 3. dopl. vyd. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2014. 475 s. [23,8 AH]. ISBN 978-80-225-3948-7.
6. NOVACKÁ, Ľudmila et al. Cestovný ruch, technika služieb, Vydavateľstvo EKONÓM, 2021.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 23

A	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc., Ing. Samuel Chlpek

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 07.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21353/21	Názov predmetu: Podnikanie v praxi 1 - MOBILITA
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % priebežné semestrálne hodnotenie 20 % záverečné hodnotenie vybraným subjektom hospodárskej praxe 60 % záverečná prezentácia výsledkov semestrálnej práce	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 104 hodín Účasť na odbornej praxi: 26 hodín Príprava na odbornú prax: 26 hodín Spracovanie priebežných úloh zadaných vybraným subjektom hospodárskej praxe: 26 hodín Príprava na záverečnú prezentáciu: 26 hodín	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: Študenti nadobudnú schopnosť porozumieť základným procesom prebiehajúcich v subjektoch hospodárskej praxe pôsobiacich v oblasti obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu a podnikania, cestovného ruchu a služieb a analyzovať ich. Získajú vedomosti o analýze prostredia v ktorom dané subjekty pôsobia. Nadobudnú vedomosti o spôsoboch a prístupoch riešenia rôznych situácií spojenými s bežnou prevádzkou organizácií ziskového a neziskového sektora. Praktické zručnosti: Študenti budú schopní aplikovať nástroje podnikovej politiky v konkrétnych podmienkach vybraného subjektu hospodárskej praxe. Nadobudnú schopnosť rozhodnúť sa a navrhnúť riešenia projektov a problémov na operatívnej a taktickej úrovni. Budú vedieť kriticky vyhodnotiť alternatívne riešenia problémov v oblasti obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu, cestovného ruchu a služieb. Kompetencie: Študenti získajú schopnosť vyhľadávať a analyzovať údaje, ktoré sú potrebné pre vybraný subjekt hospodárskej praxe, schopnosť navrhnúť alternatívne scenáre rozvoja, schopnosť používať analýzu a syntézu. Dokážu rozdeliť úlohy v rámci tímovej práce na operatívnej a taktickej úrovni vybraného subjektu hospodárskej praxe. Jednotlivé vedomosti, praktické zručnosti a kompetencie sa môžu odlišovať podľa profilu absolventa a vzdelávacích cieľov študijného programu, na ktorom sa predmet vyučuje.	

Stručná osnova predmetu:

Zoznámenie s vybraným subjektom hospodárskej praxe, obchodného a výrobného podniku, podniku služieb, veľvyslanectva SR zahraničí, podniku cestovného ruchu na národnej i medzinárodnej úrovni. Marketingové prostredie. Analýza trhových príležitostí aj v medzinárodnom kontexte v segmente obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu, medzinárodného podnikania, cestovného ruchu a služieb.

Odporúčaná literatúra:

1. Hanuláková, E. a kol. Marketing – ľudia, nástroje, trendy. Bratislava: Wolters Kluwer, 364s. ISBN: 978-80-571-0438-4.
2. DANESHJO, Naqibullah – HANULÁKOVÁ, Eva. Produkt a inovácie. Košice: Vydavateľstvo Petit s. r. o., 2021. 188s. ISBN 978-80-973836-3-3.
3. TAHAL, Radek. Marketingový výzkum: postupy, metódy, trendy. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2022. 293 s. ISBN 978-80-271-3535-6.
4. DAŇO, Ferdinand – DRÁBIK, Peter – REHÁK, Róbert – VERNEROVÁ, Dominika. Distribúcia (Distribúcia v marketingu, Distribučný manažment). Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 328 s. ISBN 978-80-225-4962-2.
5. HANULÁKOVÁ, Eva – ORESKÝ, Milan – KUKURA, Marek. Biznis modely – marketing, stratégie, poradenstvo. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 250 s. ISBN 978-80-7552-275-7.
6. KOTLER, P. # KELLER, K. L. Marketing management. Praha : Grada Publishing, 814 p. ISBN 978-80-247-4150-5. CHÝBA ROK - MAL BY BYŤ 14. VYDANIE Z 2013.
7. ZÁBOJNÍK, Stanislav – ČIDEROVÁ, Denisa. Medzinárodný obchod - repetitórium. Žilina: EDIS-vydavateľské centrum ŽU, 2020. 181 s. ISBN 978-80-554-1722-6.
8. ZORKÓCIOVÁ, Otília a kolektív. Medzinárodný marketing v kontexte najnovších tendencií vývoja. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2023. 363 s. ISBN 978-80-225-5119-9.
9. KITTOVÁ, Zuzana. Praktikum z európskeho a medzinárodného obchodného práva. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. 193 s. ISBN 978-80-225-5018-5.
10. KAŠŤÁKOVÁ, Elena a kol. Dovožné a vývozné obchodné operácie. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. 219 s. ISBN 978-80-225-5031-4.
11. CHOVANCOVÁ, Božena - MALACKÁ, Viera - ÁRENDÁŠ, Peter - KOTLEBOVÁ, Jana. Investovanie na finančných trhoch. 1. vydanie. Bratislava : Sprint 2, 2021. ISBN 978-80-89710-53-1.
12. Gúčik, M. 2020. Cestovný ruch v ekonomike a spoločnosti. Bratislava: Wolters Kluwer. 456 s. ISBN 9788057102731.
13. KUBIČKOVÁ, Viera a kol. Manažment služieb. 1. vyd. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2021. 100 s. ISBN 978-80-225-4878-6.
14. BENEŠOVÁ, Dana at al. Analýza trendov v cestovnom ruchu a súvisiacich službách. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálnych študií, 2021. 140 s. ISBN 978-80-7556-090-2.
15. MICHÁLKOVÁ, A. - GÁLL, J. - ÖZOĞLU, M.: Ekonomika cestovného ruchu v regióne - vybrané problémy. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2022. 166 s. ISBN 978-80-7676-418-7.
16. NAĐOVÁ KROŠLÁKOVÁ, Monika a kol. Obchodné podnikanie. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm. 2024.

Sylabus predmetu:

1. Úvod, obsah predmetu, podmienky uzatvorenia predmetu.
2. Marketingové prostredie. Zoznámenie sa s vybraným subjektom hospodárskej praxe, orgánu štátnej správy alebo samosprávy alebo diplomatickým zastúpením.
3. Misia a cieľ vybraného subjektu hospodárskej praxe, orgánu štátnej správy alebo samosprávy, alebo postavenie a úloha diplomatického zastúpenia.

4. – 13. Realizácia stáže na jednotlivých oddeleniach alebo pracoviskách vybraného subjektu hospodárskej praxe
alebo
4. – 10. Účasť na odbornom vzdelávaní prostredníctvom odborných klubov.
11. Konzultácia o priebehu praxe s učiteľom/o priebežnom spracovaní semestrálnej práce
12. Konzultácia záverov semestrálnej práce s pracovníkmi subjektu hospodárskej praxe.
13. Záverečná prezentácia výsledkov semestrálnej práce.

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

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 41

A	B	C	D	E	FX
95.12	4.88	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Paulína Krnáčová, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 07.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21354/21	Názov predmetu: Podnikanie v praxi 1 - NESTLÉ
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % priebežné semestrálne hodnotenie 20 % záverečné hodnotenie vybraným subjektom hospodárskej praxe 60 % záverečná prezentácia výsledkov semestrálnej práce	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 104 hodín Účasť na odbornej praxi: 26 hodín Príprava na odbornú prax: 26 hodín Spracovanie priebežných úloh zadaných vybraným subjektom hospodárskej praxe: 26 hodín Príprava na záverečnú prezentáciu: 26 hodín	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: Študenti nadobudnú schopnosť porozumieť základným procesom prebiehajúcich v subjektoch hospodárskej praxe pôsobiacich v oblasti obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu a podnikania, cestovného ruchu a služieb a analyzovať ich. Získajú vedomosti o analýze prostredia v ktorom dané subjekty pôsobia. Nadobudnú vedomosti o spôsoboch a prístupoch riešenia rôznych situácií spojenými s bežnou prevádzkou organizácií ziskového a neziskového sektora. Praktické zručnosti: Študenti budú schopní aplikovať nástroje podnikovej politiky v konkrétnych podmienkach vybraného subjektu hospodárskej praxe. Nadobudnú schopnosť rozhodnúť sa a navrhnúť riešenia projektov a problémov na operatívnej a taktickej úrovni. Budú vedieť kriticky vyhodnotiť alternatívne riešenia problémov v oblasti obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu, cestovného ruchu a služieb. Kompetencie: Študenti získajú schopnosť vyhľadávať a analyzovať údaje, ktoré sú potrebné pre vybraný subjekt hospodárskej praxe, schopnosť navrhnúť alternatívne scenáre rozvoja, schopnosť používať analýzu a syntézu. Dokážu rozdeliť úlohy v rámci tímovej práce na operatívnej a taktickej úrovni vybraného subjektu hospodárskej praxe. Jednotlivé vedomosti, praktické zručnosti a kompetencie sa môžu odlišovať podľa profilu absolventa a vzdelávacích cieľov študijného programu, na ktorom sa predmet vyučuje.	

Stručná osnova predmetu:

Zoznámenie s vybraným subjektom hospodárskej praxe, obchodného a výrobného podniku, podniku služieb, veľvyslanectva SR zahraničí, podniku cestovného ruchu na národnej i medzinárodnej úrovni. Marketingové prostredie. Analýza trhových príležitostí aj v medzinárodnom kontexte v segmente obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu, medzinárodného podnikania, cestovného ruchu a služieb.

Odporúčaná literatúra:

1. Hanuláková, E. a kol. Marketing – ľudia, nástroje, trendy. Bratislava: Wolters Kluwer, 364s. ISBN: 978-80-571-0438-4.
2. DANESHJO, Naqibullah – HANULÁKOVÁ, Eva. Produkt a inovácie. Košice: Vydavateľstvo Petit s. r. o., 2021. 188s. ISBN 978-80-973836-3-3.
3. TAHAL, Radek. Marketingový výzkum: postupy, metódy, trendy. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2022. 293 s. ISBN 978-80-271-3535-6.
4. DAŇO, Ferdinand – DRÁBIK, Peter – REHÁK, Róbert – VERNEROVÁ, Dominika. Distribúcia (Distribúcia v marketingu, Distribučný manažment). Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 328 s. ISBN 978-80-225-4962-2.
5. HANULÁKOVÁ, Eva – ORESKÝ, Milan – KUKURA, Marek. Biznis modely – marketing, stratégie, poradenstvo. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 250 s. ISBN 978-80-7552-275-7.
6. KOTLER, P. # KELLER, K. L. Marketing management. Praha : Grada Publishing, 814 p. ISBN 978-80-247-4150-5. CHÝBA ROK - MAL BY BYŤ 14. VYDANIE Z 2013.
7. ZÁBOJNÍK, Stanislav – ČIDEROVÁ, Denisa. Medzinárodný obchod - repetitórium. Žilina: EDIS-vydavateľské centrum ŽU, 2020. 181 s. ISBN 978-80-554-1722-6.
8. ZORKÓCIOVÁ, Otília a kolektív. Medzinárodný marketing v kontexte najnovších tendencií vývoja. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2023. 363 s. ISBN 978-80-225-5119-9.
9. KITTOVÁ, Zuzana. Praktikum z európskeho a medzinárodného obchodného práva. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. 193 s. ISBN 978-80-225-5018-5.
10. KAŠŤÁKOVÁ, Elena a kol. Dovozné a vývozné obchodné operácie. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. 219 s. ISBN 978-80-225-5031-4.
11. CHOVANCOVÁ, Božena - MALACKÁ, Viera - ÁRENDÁŠ, Peter - KOTLEBOVÁ, Jana. Investovanie na finančných trhoch. 1. vydanie. Bratislava : Sprint 2, 2021. ISBN 978-80-89710-53-1.
12. Gúčik, M. 2020. Cestovný ruch v ekonomike a spoločnosti. Bratislava: Wolters Kluwer. 456 s. ISBN 9788057102731.
13. KUBIČKOVÁ, Viera a kol. Manažment služieb. 1. vyd. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2021. 100 s. ISBN 978-80-225-4878-6.
14. BENEŠOVÁ, Dana at al. Analýza trendov v cestovnom ruchu a súvisiacich službách. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálných študií, 2021. 140 s. ISBN 978-80-7556-090-2.
15. MICHALKOVÁ, A. - GÁLL, J. - ÖZOĞLU, M.: Ekonomika cestovného ruchu v regióne - vybrané problémy. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2022. 166 s. ISBN 978-80-7676-418-7.
16. NAĐOVÁ KROŠLÁKOVÁ, Monika a kol. Obchodné podnikanie. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm. 2024.

Sylabus predmetu:

1. Úvod, obsah predmetu, podmienky uzatvorenia predmetu.
2. Marketingové prostredie. Zoznámenie sa s vybraným subjektom hospodárskej praxe, orgánu štátnej správy alebo samosprávy alebo diplomatickým zastúpením.
3. Misia a cieľ vybraného subjektu hospodárskej praxe, orgánu štátnej správy alebo samosprávy, alebo postavenie a úloha diplomatického zastúpenia.

4. – 13. Realizácia stáže na jednotlivých oddeleniach alebo pracoviskách vybraného subjektu hospodárskej praxe
alebo
4. – 10. Účasť na odbornom vzdelávaní prostredníctvom odborných klubov.
11. Konzultácia o priebehu praxe s učiteľom/o priebežnom spracovaní semestrálnej práce
12. Konzultácia záverov semestrálnej práce s pracovníkmi subjektu hospodárskej praxe.
13. Záverečná prezentácia výsledkov semestrálnej práce.

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

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 53

A	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Dr. Ing. Malgorzata Agnieszka Jarossová

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 07.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21356/21	Názov predmetu: Podnikanie v praxi 1 - RETAIL ACADEMY
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % priebežné semestrálne hodnotenie 20 % záverečné hodnotenie vybraným subjektom hospodárskej praxe 60 % záverečná prezentácia výsledkov semestrálnej práce	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 104 hodín Účasť na odbornej praxi: 26 hodín Príprava na odbornú prax: 26 hodín Spracovanie priebežných úloh zadaných vybraným subjektom hospodárskej praxe: 26 hodín Príprava na záverečnú prezentáciu: 26 hodín	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: Študenti nadobudnú schopnosť porozumieť základným procesom prebiehajúcich v subjektoch hospodárskej praxe pôsobiacich v oblasti obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu a podnikania, cestovného ruchu a služieb a analyzovať ich. Získajú vedomosti o analýze prostredia v ktorom dané subjekty pôsobia. Nadobudnú vedomosti o spôsoboch a prístupoch riešenia rôznych situácií spojenými s bežnou prevádzkou organizácií ziskového a neziskového sektora. Praktické zručnosti: Študenti budú schopní aplikovať nástroje podnikovej politiky v konkrétnych podmienkach vybraného subjektu hospodárskej praxe. Nadobudnú schopnosť rozhodnúť sa a navrhnúť riešenia projektov a problémov na operatívnej a taktickej úrovni. Budú vedieť kriticky vyhodnotiť alternatívne riešenia problémov v oblasti obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu, cestovného ruchu a služieb. Kompetencie: Študenti získajú schopnosť vyhľadávať a analyzovať údaje, ktoré sú potrebné pre vybraný subjekt hospodárskej praxe, schopnosť navrhnúť alternatívne scenáre rozvoja, schopnosť používať analýzu a syntézu. Dokážu rozdeliť úlohy v rámci tímovej práce na operatívnej a taktickej úrovni vybraného subjektu hospodárskej praxe. Jednotlivé vedomosti, praktické zručnosti a kompetencie sa môžu odlišovať podľa profilu absolventa a vzdelávacích cieľov študijného programu, na ktorom sa predmet vyučuje.	

Stručná osnova predmetu:

Zoznámenie s vybraným subjektom hospodárskej praxe, obchodného a výrobného podniku, podniku služieb, veľvyslanectva SR zahraničí, podniku cestovného ruchu na národnej i medzinárodnej úrovni. Marketingové prostredie. Analýza trhových príležitostí aj v medzinárodnom kontexte v segmente obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu, medzinárodného podnikania, cestovného ruchu a služieb.

Odporúčaná literatúra:

1. Hanuláková, E. a kol. Marketing – ľudia, nástroje, trendy. Bratislava: Wolters Kluwer, 364s. ISBN: 978-80-571-0438-4.
2. DANESHJO, Naqibullah – HANULÁKOVÁ, Eva. Produkt a inovácie. Košice: Vydavateľstvo Petit s. r. o., 2021. 188s. ISBN 978-80-973836-3-3.
3. TAHAL, Radek. Marketingový výzkum: postupy, metódy, trendy. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2022. 293 s. ISBN 978-80-271-3535-6.
4. DAŇO, Ferdinand – DRÁBIK, Peter – REHÁK, Róbert – VERNEROVÁ, Dominika. Distribúcia (Distribúcia v marketingu, Distribučný manažment). Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 328 s. ISBN 978-80-225-4962-2.
5. HANULÁKOVÁ, Eva – ORESKÝ, Milan – KUKURA, Marek. Biznis modely – marketing, stratégie, poradenstvo. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 250 s. ISBN 978-80-7552-275-7.
6. KOTLER, P. # KELLER, K. L. Marketing management. Praha : Grada Publishing, 814 p. ISBN 978-80-247-4150-5. CHÝBA ROK - MAL BY BYŤ 14. VYDANIE Z 2013.
7. ZÁBOJNÍK, Stanislav – ČIDEROVÁ, Denisa. Medzinárodný obchod - repetitórium. Žilina: EDIS-vydavateľské centrum ŽU, 2020. 181 s. ISBN 978-80-554-1722-6.
8. ZORKÓCIOVÁ, Otília a kolektív. Medzinárodný marketing v kontexte najnovších tendencií vývoja. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2023. 363 s. ISBN 978-80-225-5119-9.
9. KITTOVÁ, Zuzana. Praktikum z európskeho a medzinárodného obchodného práva. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. 193 s. ISBN 978-80-225-5018-5.
10. KAŠŤÁKOVÁ, Elena a kol. Dovozné a vývozné obchodné operácie. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. 219 s. ISBN 978-80-225-5031-4.
11. CHOVANCOVÁ, Božena - MALACKÁ, Viera - ÁRENDÁŠ, Peter - KOTLEBOVÁ, Jana. Investovanie na finančných trhoch. 1. vydanie. Bratislava : Sprint 2, 2021. ISBN 978-80-89710-53-1.
12. Gúčik, M. 2020. Cestovný ruch v ekonomike a spoločnosti. Bratislava: Wolters Kluwer. 456 s. ISBN 9788057102731.
13. KUBIČKOVÁ, Viera a kol. Manažment služieb. 1. vyd. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2021. 100 s. ISBN 978-80-225-4878-6.
14. BENEŠOVÁ, Dana at al. Analýza trendov v cestovnom ruchu a súvisiacich službách. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálnych študií, 2021. 140 s. ISBN 978-80-7556-090-2.
15. MICHÁLKOVÁ, A. - GÁLL, J. - ÖZOĞLU, M.: Ekonomika cestovného ruchu v regióne - vybrané problémy. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2022. 166 s. ISBN 978-80-7676-418-7.
16. NAĐOVÁ KROŠLÁKOVÁ, Monika a kol. Obchodné podnikanie. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm. 2024.

Sylabus predmetu:

1. Úvod, obsah predmetu, podmienky uzatvorenia predmetu.
2. Marketingové prostredie. Zoznámenie sa s vybraným subjektom hospodárskej praxe, orgánu štátnej správy alebo samosprávy alebo diplomatickým zastúpením.
3. Misia a cieľ vybraného subjektu hospodárskej praxe, orgánu štátnej správy alebo samosprávy, alebo postavenie a úloha diplomatického zastúpenia.

4. – 13. Realizácia stáže na jednotlivých oddeleniach alebo pracoviskách vybraného subjektu hospodárskej praxe
alebo
4. – 10. Účasť na odbornom vzdelávaní prostredníctvom odborných klubov.
11. Konzultácia o priebehu praxe s učiteľom/o priebežnom spracovaní semestrálnej práce
12. Konzultácia záverov semestrálnej práce s pracovníkmi subjektu hospodárskej praxe.
13. Záverečná prezentácia výsledkov semestrálnej práce.

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

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 72

A	B	C	D	E	FX
69.44	19.44	8.33	0.0	0.0	2.78

Vyučujúci: Ing. Anna Veszprémi Sirotková, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 07.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KM OF/OOA21392/21	Názov predmetu: Marketing (v anglickom jazyku)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 8	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I., N	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % priebežné semestrálne hodnotenie 20 % semestrálna práca 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 208 hodín Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 26 hodín Spracovanie semestrálneho projektu: 26 hodín Príprava na písomné overovanie vedomostí: 39 hodín Príprava na skúšku: 65 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa naučia absolvovaním predmetu rozumieť podstate a významu marketingu pre podnikanie a riadenie firmy. Získajú vedomosti o tvorbe hodnoty pre zákazníka a jeho postavení na trhu. Porozumejú konkurencii a jednotlivým prístupom zo strany podnikateľských subjektov k nej. Oboznámia sa s marketingovými nástrojmi a hlavnými procesmi a ich špecifikami. Získajú vedomosti o spôsoboch organizácie v marketingu v rámci firmy i mimo nej. Oboznámia sa s trendmi v marketingu a jeho etickými aspektmi. Absolventi predmetu budú vedieť realizovať potrebné marketingové aktivity, zostavovať marketingové programy a uvádzať ich do praxe. Porozumejú zákazníkovi a konkurencii, ktoré predstavujú najväčší zdroj rizika a neistoty v podnikaní. Naučia sa vytvoriť a dodať hodnotu zákazníkovi. Porozumejú všetkým produktovým entitám a ich špecifickým marketingovým koncepciám. Dokážu koordinovať jednotlivé marketingové aktivity v súlade s vývojom marketingového prostredia a konkurencie. Úspešným absolvovaním predmetu študenti nadobudnú kompetencie, ktoré im umožnia uplatniť sa na pracovných pozíciách v oblasti marketingu, obchodu a predaja vo všetkých typoch podnikov. Dokážu pôsobiť v interakcii so svojimi zákazníkmi a obchodnými partnermi pri riešení úloh a problémov v podnikaní, obchode a marketingu. Osvoja si proaktívny prístup k podnikateľským, obchodným a marketingovým aktivitám v konkurenčnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu:	

Úvod do marketingu. Marketing ako koncepcia riadenia a podnikania. Koncept 4P a 4C. Marketingové prostredie. Nákupné správanie spotrebiteľov a organizácií. Marketingový informačný systém a marketingový výskum. Segmentácia trhu, výber cieľového trhu a tvorba trhovej pozície. Marketingový mix – produkt, cena, distribúcia, marketingová komunikácia, ľudia. Marketingový manažment: analýza, plánovanie a stratégia, implementácia, kontrola a rozhodovanie. Marketing ako podniková funkcia, outsourcing marketingu. Nový (holistický) marketing. Udržateľný marketing. Etika v marketingu. Trendy v marketingu.

Odporúčaná literatúra:

1. Blythe, J., Martin, J. Essentials of marketing. Harlow: Pearson Education, 2023, 384s. ISBN: 9781292429533
2. Green, M. C., Keegan, W. J. Global marketing. Harlow: Pearson Education, 2020, 632s. ISBN: 9781292304021
3. Wilson, A. Services Marketing: Integrating Customer Service Across the Firm. New York: McGraw Hill, 2020, ISBN: 9781526847805

Sylabus predmetu:

1. Marketing – pojem, podstata, hlavné koncepcie. 4 P a 4C. Tvorba hodnoty pre zákazníka. Vznik a vývoj marketingu. Kritika marketingu. Marketing a ostatné podnikateľské, podnikové a manažérske disciplíny.
2. Marketingové prostredie. Externé prostredie. Interné prostredie. Medzinárodné a globálne prostredie.
3. Trh konečných spotrebiteľov a spotrebiteľské správanie.
4. Trh organizácií a spotrebiteľské správanie organizácií.
5. Marketingový informačný systém. Marketingový výskum.
6. Segmentácia trhu. Výber cieľových skupín. Tvorba trhovej pozície.
7. Produkt – pojem a podstata. Úroveň produktu. Životný cyklus produktu. Vývoj nového produktu. Ďalšie produktové entity - služby, osoby, miesta, myšlienky a organizácie a ich marketingové koncepcie.
8. Cena v marketingu – pojem a podstata. Cenové modifikácie a stratégie.
9. Distribúcia a logistika. Maloobchod. Veľkoobchod. Reverzná distribúcia a logistika. Distribučné stratégie.
10. Integrovaná marketingová komunikácia. Nástroje komunikačného mixu. Moderné nástroje marketingovej komunikácie.
11. Marketingový manažment - analýza, plánovanie, implementácia a kontrola. Organizovanie a rozhodovanie. Moderné marketingové metriky.
12. Marketing ako podniková funkcia a jeho organizácia v podniku. Ľudia určení na marketingový výkon. Outsourcing marketingu. Marketing v neziskových organizáciách.
13. Trendy v marketingu. Nový (holistický) marketing. Udržateľný marketing a spoločenská zodpovednosť firiem. Etika v marketingu.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 11

A	B	C	D	E	FX
45.45	36.36	9.09	0.0	9.09	0.0

Vyučujúci: Ing. Katarína Chomová, PhD.

Dátum schválenia: 05.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 04.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21422/22	Názov predmetu: Podnikanie v praxi 1 - CREATEC
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % záverečné hodnotenie vybraným subjektom hospodárskej praxe 80 % záverečná prezentácia výsledkov semestrálnej práce	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 104 hodín Účasť na seminároch: 12 hodín Príprava na semináre: 40 hodín Spracovanie semestrálneho projektu: 52 hodín	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: Študenti nadobudnú schopnosť porozumieť základným procesom prebiehajúcich v subjektoch hospodárskej praxe pôsobiacich v oblasti obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu a podnikania, cestovného ruchu a služieb a analyzovať ich. Získajú vedomosti o analýze prostredia v ktorom dané subjekty pôsobia. Nadobudnú vedomosti o spôsoboch a prístupoch riešenia rôznych situácií spojenými s bežnou prevádzkou organizácií ziskového a neziskového sektora. Praktické zručnosti: Študenti budú schopní aplikovať nástroje podnikovej politiky v konkrétnych podmienkach vybraného subjektu hospodárskej praxe. Nadobudnú schopnosť rozhodnúť sa a navrhnuť riešenia projektov a problémov na operatívnej a taktickej úrovni. Budú vedieť kriticky vyhodnotiť alternatívne riešenia problémov v oblasti obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu, cestovného ruchu a služieb. Kompetencie: Študenti získajú schopnosť vyhľadávať a analyzovať údaje, ktoré sú potrebné pre vybraný subjekt hospodárskej praxe, schopnosť navrhnúť alternatívne scenáre rozvoja, schopnosť používať analýzu a syntézu. Dokážu rozdeliť úlohy v rámci tímovej práce na operatívnej a taktickej úrovni vybraného subjektu hospodárskej praxe. Jednotlivé vedomosti, praktické zručnosti a kompetencie sa môžu odlišovať podľa profilu absolventa a vzdelávacích cieľov študijného programu, na ktorom sa predmet vyučuje.	
Stručná osnova predmetu: Zoznámenie s vybraným subjektom hospodárskej praxe, obchodného a výrobného podniku,	

podniku služieb, veľvyslanectva SR zahraničí, podniku cestovného ruchu na národnej i medzinárodnej úrovni. Marketingové prostredie. Analýza trhových príležitostí aj v medzinárodnom kontexte v segmente obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu, medzinárodného podnikania, cestovného ruchu a služieb.

Odporúčaná literatúra:

1. Hanuláková, E. a kol. Marketing – ľudia, nástroje, trendy. Bratislava: Wolters Kluwer, 364s. ISBN: 978-80-571-0438-4.
2. DANESHJO, Naqibullah – HANULÁKOVÁ, Eva. Produkt a inovácie. Košice: Vydavateľstvo Petit s. r. o., 2021. 188s. ISBN 978-80-973836-3-3.
3. TAHAL, Radek. Marketingový výzkum: postupy, metódy, trendy. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2022. 293 s. ISBN 978-80-271-3535-6.
4. DAŇO, Ferdinand – DRÁBIK, Peter – REHÁK, Róbert – VERNEROVÁ, Dominika. Distribúcia (Distribúcia v marketingu, Distribučný manažment). Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 328 s. ISBN 978-80-225-4962-2.
5. HANULÁKOVÁ, Eva – ORESKÝ, Milan – KUKURA, Marek. Biznis modely – marketing, stratégie, poradenstvo. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 250 s. ISBN 978-80-7552-275-7.
6. KOTLER, P. # KELLER, K. L. Marketing management. Praha : Grada Publishing, 814 p. ISBN 978-80-247-4150-5. CHÝBA ROK - MAL BY BYŤ 14. VYDANIE Z 2013.
7. ZÁBOJNÍK, Stanislav – ČIDEROVÁ, Denisa. Medzinárodný obchod - repetitórium. Žilina: EDIS-vydavateľské centrum ŽU, 2020. 181 s. ISBN 978-80-554-1722-6.
8. ZORKÓCIOVÁ, Otília a kolektív. Medzinárodný marketing v kontexte najnovších tendencií vývoja. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2023. 363 s. ISBN 978-80-225-5119-9.
9. KITTOVÁ, Zuzana. Praktikum z európskeho a medzinárodného obchodného práva. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. 193 s. ISBN 978-80-225-5018-5.
10. KAŠŤÁKOVÁ, Elena a kol. Dovožné a vývozné obchodné operácie. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. 219 s. ISBN 978-80-225-5031-4.
11. CHOVANCOVÁ, Božena - MALACKÁ, Viera - ÁRENDÁŠ, Peter - KOTLEBOVÁ, Jana. Investovanie na finančných trhoch. 1. vydanie. Bratislava : Sprint 2, 2021. ISBN 978-80-89710-53-1.
12. Gúčík, M. 2020. Cestovný ruch v ekonomike a spoločnosti. Bratislava: Wolters Kluwer. 456 s. ISBN 9788057102731.
13. KUBIČKOVÁ, Viera a kol. Manažment služieb. 1. vyd. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2021. 100 s. ISBN 978-80-225-4878-6.
14. BENEŠOVÁ, Dana at al. Analýza trendov v cestovnom ruchu a súvisiacich službách. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálnych štúdií, 2021. 140 s. ISBN 978-80-7556-090-2.
15. MICHÁLKOVÁ, A. - GÁLL, J. - ÖZOĞLU, M.: Ekonomika cestovného ruchu v regióne - vybrané problémy. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2022. 166 s. ISBN 978-80-7676-418-7.
16. NAĐOVÁ KROŠLÁKOVÁ, Monika a kol. Obchodné podnikanie. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm. 2024.

Sylabus predmetu:

1. Úvod, obsah predmetu, podmienky uzatvorenia predmetu.
2. Marketingové prostredie. Zoznámenie sa s vybraným subjektom hospodárskej praxe, orgánu štátnej správy alebo samosprávy alebo diplomatickým zastúpením.
3. Misia a cieľ vybraného subjektu hospodárskej praxe, orgánu štátnej správy alebo samosprávy, alebo postavenie a úloha diplomatického zastúpenia.
4. – 13. Realizácia stáže na jednotlivých oddeleniach alebo pracoviskách vybraného subjektu hospodárskej praxe

alebo

4. – 10. Účasť na odbornom vzdelávaní prostredníctvom odborných klubov.

11. Konzultácia o priebehu praxe s učiteľom/o priebežnom spracovaní semestrálnej práce

12. Konzultácia záverov semestrálnej práce s pracovníkmi subjektu hospodárskej praxe.

13. Záverečná prezentácia výsledkov semestrálnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 17

A	B	C	D	E	FX
29.41	52.94	17.65	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Dr. Ing. Malgorzata Agnieszka Jarossová

Dátum schválenia: 10.10.2022

Dátum poslednej zmeny: 07.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMr OF/ OOA21424/22	Názov predmetu: Podnikanie v praxi 1 - MERCEDES
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % záverečné hodnotenie vybraným subjektom hospodárskej praxe 80 % záverečná prezentácia výsledkov semestrálnej práce	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 104 hodín Účasť na seminároch: 12 hodín Príprava na semináre: 40 hodín Spracovanie semestrálneho projektu: 52 hodín	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: Študenti nadobudnú schopnosť porozumieť základným procesom prebiehajúcich v subjektoch hospodárskej praxe pôsobiacich v oblasti obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu a podnikania, cestovného ruchu a služieb a analyzovať ich. Získajú vedomosti o analýze prostredia v ktorom dané subjekty pôsobia. Nadobudnú vedomosti o spôsoboch a prístupoch riešenia rôznych situácií spojenými s bežnou prevádzkou organizácií ziskového a neziskového sektora. Praktické zručnosti: Študenti budú schopní aplikovať nástroje podnikovej politiky v konkrétnych podmienkach vybraného subjektu hospodárskej praxe. Nadobudnú schopnosť rozhodnúť sa a navrhnuť riešenia projektov a problémov na operatívnej a taktickej úrovni. Budú vedieť kriticky vyhodnotiť alternatívne riešenia problémov v oblasti obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu, cestovného ruchu a služieb. Kompetencie: Študenti získajú schopnosť vyhľadávať a analyzovať údaje, ktoré sú potrebné pre vybraný subjekt hospodárskej praxe, schopnosť navrhnuť alternatívne scenáre rozvoja, schopnosť používať analýzu a syntézu. Dokážu rozdeliť úlohy v rámci tímovej práce na operatívnej a taktickej úrovni vybraného subjektu hospodárskej praxe. Jednotlivé vedomosti, praktické zručnosti a kompetencie sa môžu odlišovať podľa profilu absolventa a vzdelávacích cieľov študijného programu, na ktorom sa predmet vyučuje.	
Stručná osnova predmetu: Zoznámenie s vybraným subjektom hospodárskej praxe, obchodného a výrobného podniku,	

podniku služieb, veľvyslanectva SR zahraničí, podniku cestovného ruchu na národnej i medzinárodnej úrovni. Marketingové prostredie. Analýza trhových príležitostí aj v medzinárodnom kontexte v segmente obchodu, marketingu, medzinárodného obchodu, medzinárodného podnikania, cestovného ruchu a služieb.

Odporúčaná literatúra:

1. Hanuláková, E. a kol. Marketing – ľudia, nástroje, trendy. Bratislava: Wolters Kluwer, 364s. ISBN: 978-80-571-0438-4.
2. DANESHJO, Naqibullah – HANULÁKOVÁ, Eva. Produkt a inovácie. Košice: Vydavateľstvo Petit s. r. o., 2021. 188s. ISBN 978-80-973836-3-3.
3. TAHAL, Radek. Marketingový výzkum: postupy, metódy, trendy. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2022. 293 s. ISBN 978-80-271-3535-6.
4. DAŇO, Ferdinand – DRÁBIK, Peter – REHÁK, Róbert – VERNEROVÁ, Dominika. Distribúcia (Distribúcia v marketingu, Distribučný manažment). Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 328 s. ISBN 978-80-225-4962-2.
5. HANULÁKOVÁ, Eva – ORESKÝ, Milan – KUKURA, Marek. Biznis modely – marketing, stratégie, poradenstvo. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2022. 250 s. ISBN 978-80-7552-275-7.
6. KOTLER, P. # KELLER, K. L. Marketing management. Praha : Grada Publishing, 814 p. ISBN 978-80-247-4150-5. CHÝBA ROK - MAL BY BYŤ 14. VYDANIE Z 2013.
7. ZÁBOJNÍK, Stanislav – ČIDEROVÁ, Denisa. Medzinárodný obchod - repetitórium. Žilina: EDIS-vydavateľské centrum ŽU, 2020. 181 s. ISBN 978-80-554-1722-6.
8. ZORKÓCIOVÁ, Otília a kolektív. Medzinárodný marketing v kontexte najnovších tendencií vývoja. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2023. 363 s. ISBN 978-80-225-5119-9.
9. KITTOVÁ, Zuzana. Praktikum z európskeho a medzinárodného obchodného práva. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. 193 s. ISBN 978-80-225-5018-5.
10. KAŠŤÁKOVÁ, Elena a kol. Dovozné a vývozné obchodné operácie. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2022. 219 s. ISBN 978-80-225-5031-4.
11. CHOVANCOVÁ, Božena - MALACKÁ, Viera - ÁRENDÁŠ, Peter - KOTLEBOVÁ, Jana. Investovanie na finančných trhoch. 1. vydanie. Bratislava : Sprint 2, 2021. ISBN 978-80-89710-53-1.
12. Gúčík, M. 2020. Cestovný ruch v ekonomike a spoločnosti. Bratislava: Wolters Kluwer. 456 s. ISBN 9788057102731.
13. KUBIČKOVÁ, Viera a kol. Manažment služieb. 1. vyd. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2021. 100 s. ISBN 978-80-225-4878-6.
14. BENEŠOVÁ, Dana at al. Analýza trendov v cestovnom ruchu a súvisiacich službách. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálnych štúdií, 2021. 140 s. ISBN 978-80-7556-090-2.
15. MICHÁLKOVÁ, A. - GÁLL, J. - ÖZOĞLU, M.: Ekonomika cestovného ruchu v regióne - vybrané problémy. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2022. 166 s. ISBN 978-80-7676-418-7.
16. NAĐOVÁ KROŠLÁKOVÁ, Monika a kol. Obchodné podnikanie. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm. 2024.

Sylabus predmetu:

1. Úvod, obsah predmetu, podmienky uzatvorenia predmetu.
2. Marketingové prostredie. Zoznámenie sa s vybraným subjektom hospodárskej praxe, orgánu štátnej správy alebo samosprávy alebo diplomatickým zastúpením.
3. Misia a cieľ vybraného subjektu hospodárskej praxe, orgánu štátnej správy alebo samosprávy, alebo postavenie a úloha diplomatického zastúpenia.
4. – 13. Realizácia stáže na jednotlivých oddeleniach alebo pracoviskách vybraného subjektu hospodárskej praxe

alebo

4. – 10. Účasť na odbornom vzdelávaní prostredníctvom odborných klubov.

11. Konzultácia o priebehu praxe s učiteľom/o priebežnom spracovaní semestrálnej práce

12. Konzultácia záverov semestrálnej práce s pracovníkmi subjektu hospodárskej praxe.

13. Záverečná prezentácia výsledkov semestrálnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 21

A	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc., doc. Ing. Róbert Rehák, PhD.

Dátum schválenia: 10.10.2022

Dátum poslednej zmeny: 07.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMO OF/ OOB21171/21	Názov predmetu: Medzinárodný obchod
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 10 % aktívna účasť v rámci seminárov 30 % semestrálna práca a jej prezentácia 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové: pracovná záťaž 5 kreditov x 26 h = 130 h. Samostatne zaťaženie pre jednotlivé vzdelávacie činnosti Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre a seminárna práca: 26 hodín Príprava na záverečnú skúšku: 52 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti nadobudnú najmä nasledovné vedomosti: <ul style="list-style-type: none">- pochopenie genézy a podstaty kľúčových teoretických východísk medzinárodného obchodu,- základná terminológia a súvislosti medzi pojmami z oblasti zahraničného obchodu, medzinárodného obchodu a medzinárodného podnikania,- teritoriálna a komoditná (sektorová) štruktúra medzinárodného obchodu,- definícia a trendy vývoja v oblasti priamych zahraničných investícií, medzinárodnej ekonomickej integrácie, zahraničnoobchodnej politiky, platobných nástrojoch v medzinárodnom obchode a špecifikách medzinárodnej prepravy,- aktuálny stav, štruktúra a problematické aspekty zahraničného obchodu SR. Študenti nadobudnú v prípade úspešného zvládnutia predmetu najmä nasledovné zručnosti: <ul style="list-style-type: none">- identifikovanie základných systémov, verejne dostupných databáz a rozličných klasifikácií vykazovania medzinárodného obchodu a priamych zahraničných investícií,- orientovať sa v pozícii, poslaní a základných orgánoch inštitúcií pôsobiacich v medzinárodnom obchode,- orientácia v možných prekážkach dovozu a formách podpory vývozu slovenského podnikateľa. Študenti nadobudnú v prípade úspešného zvládnutia predmetu najmä nasledovné kompetencie: <ul style="list-style-type: none">- orientácia v základných databázach štatistík medzinárodného obchodu (Eurostat, UNCTAD, WTO a i.), ako aj základných analytických materiáloch v danej oblasti,	

- spôsobilosť samostatne pomenovať a navrhnúť vhodnú metódu vstupu firiem na zahraničný trh v závislosti od lokalizácie výroby a kapitálovej náročnosti,
- definovanie možných bariér pre vstup na zahraničný trh a možností pre podporu exportérov,
- komunikácia a prezentácia vlastnej tematickej štúdie z oblasti medzinárodného obchodu.

Stručná osnova predmetu:

Teoretický úvod a vysvetlenie medzinárodného obchodu, motivácia firiem pre podnikanie v medzinárodnom podnikateľskom prostredí. Teritoriálna štruktúra a aktuálne trendy vo vývoji medzinárodného obchodu. Obchod vytvárajúci a odvracajúci účinok integrácie. Vplyv importných reštrikcií a proexportnej politiky na konkurencieschopnosť firmy v medzinárodnom podnikaní. Priame zahraničné investície, transnacionálne korporácie a ich efekt na medzinárodný obchod. Formy prieniku na zahraničné trhy z pohľadu podnikateľa. Platobné nástroje, medzinárodná preprava. Konkurencieschopnosť slovenských firiem v medzinárodnom obchode a nástroje na podporu exportu pre slovenského podnikateľa.

Odporúčaná literatúra:

1. ZÁBOJNÍK, Stanislav – ČIDEROVÁ, Denisa. Medzinárodný obchod - repetitórium. Žilina: EDIS-vydavateľské centrum ŽU, 2020. 181 s. ISBN 978-80-554-1722-6.
2. HILL, Ch. International Business. Competing in the Global Marketplace. McGraw-Hill Education Ltd., 2020. ISBN 978-12-602-6258-2.
3. STEINHAUSER, Dušan – BOROS, Kamil. Kam tečú slovenské exporty, pán Newton? Inštitút hospodárskych analýz Ministerstva hospodárstva SR, 2022.
4. STEINHAUSER, Dušan – KITTOVÁ, Zuzana – KHÚLOVÁ, Lucia. Relationship Between CO2 Emissions and Trade: The Case of the EU. Intereconomics, 2024. 59(1): 41-47 DOI: 10.2478/ie-2024-0009. ISSN 1613-964X.
5. STEINHAUSER, Dušan. Where Does Value-Added Flow in Gross Exports, Mr. Newton? Global Supply Chains and New Regionalization's Effects in the Asia-Pacific. Journal of Economic Integration. Seoul: Center for Economic Integration, 2023, 38(3), 335-359. ISSN 1225-651X.
6. ZÁBOJNÍK, Stanislav – ČIDEROVÁ, Denisa – KRAJČÍK, Daniel. Competitiveness in International Business: Challenges for the EU Economies. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2020. 272 s. ISBN 978-80-7676-006-6.
7. ZÁBOJNÍK, Stanislav – STEINHAUSER, Dušan – PEŠTOVÁ, Viktória. EU Decarbonisation: Do EU Electricity Costs Harm Export Competitiveness? Amfiteatru economic. Bucharest: Editura ASE, 2023. 25(63), 522-540. ISSN 1582-9146.

Sylabus predmetu:

1. Globalizácia medzinárodného podnikania. Medzinárodný obchod – teoretické východiská.
2. Motivácia a možnosti vstupu firiem na zahraničné trhy.
3. Medzinárodný obchod – teritoriálna a komoditná štruktúra, aktuálne trendy vývoja.
4. Inštitucionálny rámec pre medzinárodný obchod (GATT, WTO). Regulácia zahraničného obchodu na úrovni štátu a firmy.
5. Zahraničnoobchodná politika. Definícia, typy, historický vývoj.
6. Zahraničnoobchodná politika. Nástroje a vplyv na ich vplyv na cenovú konkurencieschopnosť importéra/exportéra. TARIC.
7. Regionálna ekonomická integrácia. Teoretické vymedzenie, formy a účinky.
8. Platobné nástroje v medzinárodnom obchode z pohľadu podnikateľa.
9. Špecifiká medzinárodnej prepravy a logistiky.
10. Medzinárodné obchodné operácie. Možnosti vstupu na zahraničné trhy z pohľadu podnikateľa.
11. Zahraničný obchod SR, exportná konkurencieschopnosť slovenských exportérov. Stav, špecifiká a úloha proexportnej politiky.

12. Inštitucionálna podpora exportu v SR. Participácia slovenských firiem v globálnych hodnotových reťazcoch a miesto zahraničného obchodu vo vedomostnej ekonomike.
13. Simulácia dovozného a vývozného obchodného prípadu pre firmu.

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

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 158

A	B	C	D	E	FX
22.78	20.25	28.48	18.99	8.23	1.27

Vyučujúci: doc. Mgr. Elena Kašáková, PhD., Ing. Vladyslav Bato

Dátum schválenia: 04.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 05.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMO OF/ OOB21172/21	Názov predmetu: Prípadové štúdie v medzinárodnom podnikaní
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 6.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % aktívna účasť v rámci seminárov 20 % Individuálne a skupinové zadania 60 % kombinovaná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Celková študijná záťaž: 104 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre: 28 hodín Príprava na záverečnú skúšku: 50 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti nadobudnú najmä nasledovné vedomosti: - o metóde prípadovej štúdie, - pochopenie kľúčových trendov internacionalizácie a globalizácie podnikateľského prostredia a princípov fungovania medzinárodného podnikania na praktických príkladoch z reálneho sveta Študenti nadobudnú v prípade úspešného zvládnutia predmetu najmä nasledovné zručnosti: - schopnosť uplatňovať získané vedomosti a využívať best practices pri riešení špecifických problémov - vyhodnocovať konkrétne situácie, rozpoznať príležitosti na zahraničných trhoch a účinne reagovať Študenti nadobudnú v prípade úspešného zvládnutia predmetu najmä nasledovné kompetencie: - analytické myslenie v oblasti makroekonomických, ako aj mikroekonomických problémov - kritické zhodnotenie argumentov pre a proti implementácii opatrenia alebo rozhodnutia fungovanie v rámci riešenia problémov medzinárodného podnikania, - schopnosť generovať vlastný názor v kontexte cieľov udržateľného rozvoja (SDGs) a obhájiť si ho v rámci interakcie v tíme.	
Stručná osnova predmetu: - oboznámiť študentov s metodikou prípadových štúdií, ich výhod a rizík, potrebe kritického myslenia - získať prehľad o spektre problémových aspektov reálnych tém alebo firemných problémov a reagovať vlastným, faktami podloženými postojmi. - získať základy interakcie pri analytických a rozhodovacích procesov v medzinárodnom podnikaní	

- naučiť študenta nie automaticky a náhodne vyhľadať jediný a správny výsledok v podnikateľskej situácii, ale naučiť základom procesu kritického myslenia

Odporúčaná literatúra:

BALÁŽ, Peter - Stanislav ZÁBOJNÍK - Elena KAŠŤÁKOVÁ, et al. Medzinárodné podnikanie. Bratislava: Sprint2, 2019, 304 s. Economics. ISBN 978-80-89710-51-5.

ZÁBOJNÍK, Stanislav a Denisa ČIDEROVÁ. Medzinárodný obchod - repetitórium. Žilina: EDIS-vydavateľské centrum ŽU, 2020, 181 s. ISBN 978-80-554-1722-6.

ZÁBOJNÍK, Stanislav. Vybrané problémy medzinárodného obchodu a medzinárodného podnikania. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, 166 s. ISBN 978-80-225-4133-6.

HILL, Ch. International Business. Competing in the Global Marketplace. McGraw-Hill Education Ltd. ISBN: 91805748121-29744088, 2020.

ZÁBOJNÍK, Stanislav - Denisa ČIDEROVÁ - Daniel KRAJČÍK. Competitiveness in International Business. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2020, 298 s. ISBN 978-80-7676-006-6.

Online zdroje:

TJONG, Erick et al. 2020. Digitalization and the Use of Technology in the Electricity Sector.

Online Doing Business Case Studies; no. 1 Washington, D.C. : World Bank Group. Dostupné na:

<http://documents.worldbank.org/curated/en/585901592343461602/Digitalization-and-the-Use-of-Technology-in-the-Electricity-Sector>

prípádové štúdie z databázy IESE Business School preložené do slovenského jazyka
vlastné prípadové štúdie autorov

Sylabus predmetu:

1. Úvod do predmetu, metodika prípadových štúdií. Podmienky a štruktúra prípadových štúdií, výučba v zahraničí
2. Prípadová štúdia formou: Efekty globalizácie.
3. Prípadová štúdia: Je iPhone exportovaný z Číny čínsky? Význam pridanej hodnoty v exporte.
4. Prípadová štúdia: Menový dumping a vplyv na exportnú výkonnosť firiem
5. Prípadová štúdia: Efektivita investičných stimulov (Samsung)
6. Prípadová štúdia: Vstup Telefonica na zahraničné trhy
7. Prípadová štúdia: Deregulácia a liberalizácia veľkoobchodu a maloobchodu na indickom trhu
8. Prípadová štúdia: Reštrikcie v zahraničnom obchode a ich efekt na domácich výrobcov
9. Prípadová štúdia: Využitie teórie hier v hospodárskej politike a firemnej stratégii
10. Prípadová štúdia: Morgan Stanley
11. Prípadová štúdia: Alibaba
12. Prípadová štúdia: Nestlé v strednej a východnej Európe
13. Prípadová štúdia: Digitalizácia a využívanie technológií v elektrotechnike

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 35

A	B	C	D	E	FX
20.0	57.14	17.14	5.71	0.0	0.0

Vyučujúci: RNDr. Janka Pásztorová, PhD., Ing. Anabela Luptáková, PhD.

Dátum schválenia: 04.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 30.03.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMO OF/ OOB21174/21	Názov predmetu: Interkultúrna komunikácia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40 % aktívna účasť v rámci seminárov a priebežná písomná práca; 60 % písomná skúška;	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 104 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre, multikultúrna a multilingválna koordinácia v tíme a spracovanie priebežnej písomnej práce: 65 hodín Príprava na skúšku: 13 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti nadobudnú najmä nasledovné vedomosti: - schopnosť vnímať multidimenzionálnu povahu problematiky tzv. cultural intelligence, - vybavenosť znalosťami o verbálnej a neverbálnej komunikácii, - schopnosť vnímať trendy v problematike interkultúrnej komunikácie ako východisko ďalšieho zvyšovania vlastnej odbornej kvalifikácie, Študenti nadobudnú v prípade úspešného zvládnutia predmetu najmä nasledovné zručnosti: - celostne vnímať etické, spoločenské a ekonomické súvislosti problematiky tzv. cultural intelligence, - efektívne sa zúčastňovať na tímovej práci pri riešení praktických otázok interkultúrnej komunikácie a primeraným spôsobom prezentovať výsledky tímovej práce, - schopnosť prezentovať vlastné stanoviská pri zastávaní základných manažérskych pozícií, ako aj pri individuálnom pôsobení v oblasti medzinárodného podnikania, Študenti nadobudnú v prípade úspešného zvládnutia predmetu najmä nasledovné kompetencie: - používať svoje interkultúrne kompetencie, - pripravenosť adaptovať sa v rýchlo meniacom medzinárodnom prostredí, - predpoklad nadväzujúceho samostatného zvyšovania svojej interkultúrnej kompetencie ako východisko ďalšieho zvyšovania vlastnej odbornej kvalifikácie.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do interkultúrnej komunikácie Verbálna a neverbálna komunikácia	

Prieskum/samohodnotenie

Odporúčaná literatúra:

Aktuálne online pramene a prípadové štúdie

PETERSON, B. Cultural Intelligence: A Guide to Working with People from Other Cultures. (1st ed. 2004 - ISBN 2901931930009, 2nd ed. 2018 - ISBN 978-1717848406). Across Cultures.

AXTELL, R. Do's and Taboos around the World. New York: John Wiley & Soncs, Inc., 1993.

ISBN 0-471-59528-4.

AXTELL, R. Do's and Taboos of Hosting International Visitors. New York: John Wiley & Soncs, Inc., 1990. ISBN 0-471-51570-1.

Sylabus predmetu:

A. Úvod do interkultúrnej komunikácie

1. Úvod, nadväzovanie kontaktov v medzinárodnom prostredí a jeho pôsobenie

2. Cultural intelligence I.

3. Stereotypy v medzinárodnom prostredí

B. Verbálna a neverbálna komunikácia

4. Úvod do verbálnej a neverbálnej komunikácie

5. Neverbálna komunikácia: hodnoty a kultúrny šok

6. Cultural intelligence II. - profesionalita v medzinárodnom prostredí

7. Pohostinnosť v medzinárodnom prostredí

8. Verbálna komunikácia: nedorozumenia v medzinárodnom kontexte

9. Verbálna komunikácia: uplatnenie tlmočníkov

10. Verbálna komunikácia: úloha jazyka v podnikaní a obchodný jazyk

C. Prieskum/samohodnotenie

11. Médiá a ich vplyv na podnikanie v medzinárodnom prostredí/Informačné technológie a ich vplyv na podnikanie v medzinárodnom prostredí

12. Medzinárodná dimenzia zmlúv, legislatívna úprava podnikania v zahraničí

13. Cultural intelligence III.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk a anglický jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 18

A	B	C	D	E	FX
88.89	11.11	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Denisa Čiderová, PhD., MA, Ing. Marcela Gocmanová, Ing. Anabela Luptáková, PhD., Ing. Viktória Peštová

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 13.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KMO OF/ OOB21401/22	Názov predmetu: Medzinárodný obchod (v anglickom jazyku)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 2 Za obdobie štúdia: 26 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: I., N	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 10 % aktívna účasť v rámci seminárov 30 % semestrálna práca a jej prezentácia 60 % písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové: pracovná záťaž 5 kreditov x 26 h = 130 h. Samostatne zaťaženie pre jednotlivé vzdelávacie činnosti Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava na semináre a seminárna práca: 26 hodín Príprava na záverečnú skúšku: 52 hodín	
Výsledky vzdelávania: Študenti nadobudnú najmä nasledovné vedomosti: - pochopenie genézy a podstaty kľúčových teoretických východísk medzinárodného obchodu, - základná terminológia a súvislosti medzi pojmami z oblasti zahraničného obchodu, medzinárodného obchodu a medzinárodného podnikania, - teritoriálna a komoditná (sektorová) štruktúra medzinárodného obchodu, - definícia a trendy vývoja v oblasti priamych zahraničných investícií, medzinárodnej ekonomickej integrácie, zahraničnoobchodnej politiky, platobných nástrojoch v medzinárodnom obchode a špecifikách medzinárodnej prepravy, - aktuálny stav, štruktúra a problematické aspekty zahraničného obchodu SR. Študenti nadobudnú v prípade úspešného zvládnutia predmetu najmä nasledovné zručnosti: - identifikovanie základných systémov, verejne dostupných databáz a rozličných klasifikácií vykazovania medzinárodného obchodu a priamych zahraničných investícií, - orientovať sa v pozícii, poslaní a základných orgánoch inštitúcií pôsobiacich v medzinárodnom obchode, - orientácia v možných prekážkach dovozu a formách podpory vývozu slovenského podnikateľa. Študenti nadobudnú v prípade úspešného zvládnutia predmetu najmä nasledovné kompetencie: - orientácia v základných databázach štatistík medzinárodného obchodu (Eurostat, UNCTAD, WTO a i.), ako aj základných analytických materiáloch v danej oblasti,	

- spôsobilosť samostatne pomenovať a navrhnúť vhodnú metódu vstupu firiem na zahraničný trh v závislosti od lokalizácie výroby a kapitálovej náročnosti,
- definovanie možných bariér pre vstup na zahraničný trh a možností pre podporu exportérov,
- komunikácia a prezentácia vlastnej tematickej štúdie z oblasti medzinárodného obchodu.

Stručná osnova predmetu:

Teoretický úvod a vysvetlenie medzinárodného obchodu, motivácia firiem pre podnikanie v medzinárodnom podnikateľskom prostredí. Teritoriálna štruktúra a aktuálne trendy vo vývoji medzinárodného obchodu. Obchod vytvárajúci a odvracajúci účinok integrácie. Vplyv importných reštrikcií a proexportnej politiky na konkurencieschopnosť firmy v medzinárodnom podnikaní. Priame zahraničné investície, transnacionálne korporácie a ich efekt na medzinárodný obchod. Formy prieniku na zahraničné trhy z pohľadu podnikateľa. Platobné nástroje, medzinárodná preprava. Konkurencieschopnosť slovenských firiem v medzinárodnom obchode a nástroje na podporu exportu pre slovenského podnikateľa.

Odporúčaná literatúra:

1. ZÁBOJNÍK, Stanislav – ČIDEROVÁ, Denisa – KRAJČÍK, Daniel. Competitiveness in International Business: Challenges for the EU Economies. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2020. 272 s. ISBN 978-80-7676-006-6.
2. HILL, Ch. International Business. Competing in the Global Marketplace. McGraw-Hill Education Ltd., 2020. ISBN 978-12-6026-258-2
3. KITTOVÁ, Zuzana – STEINHAUSER, Dušan – DRIENIKOVÁ Kristína. Determinants of Domestic Value Added in Exports of the EU Countries. Acta Oeconomica: Periodical of the Hungarian Academy of Sciences. Budapest: Akadémiai Kiadó, 2023. 73(2), 285-303. ISSN 0001-6373.
4. RUŽEKOVÁ, Viera – KITTOVÁ, Zuzana – STEINHAUSER, Dušan. Export Performance as a Measurement of Competitiveness. Journal of Competitiveness: Scientific Journal from the Field of Management and Economics. Zlín: Fakulta managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, 2020. (1), 145-160. ISSN 1804-1728.
5. STEINHAUSER, Dušan – KITTOVÁ, Zuzana – KHÚLOVÁ, Lucia. Relationship Between CO2 Emissions and Trade: The Case of the EU. Intereconomics, 2024. 59(1): 41-47 DOI: 10.2478/ie-2024-0009. ISSN 1613-964X.
6. STEINHAUSER, Dušan. Where Does Value-Added Flow in Gross Exports, Mr. Newton? Global Supply Chains and New Regionalization's Effects in the Asia-Pacific. Journal of Economic Integration. Seoul: Center for Economic Integration, 2023. 38(3), 335-359. ISSN 1225-651X.
7. ZÁBOJNÍK, Stanislav – STEINHAUSER, Dušan – PEŠTOVÁ, Viktória. EU Decarbonisation: Do EU Electricity Costs Harm Export Competitiveness? Amfiteatru economic. Bucharest: Editura ASE, 2023. 25(63), 522-540. ISSN 1582-9146.

Sylabus predmetu:

1. Globalizácia medzinárodného podnikania. Medzinárodný obchod – teoretické východiská.
2. Motivácia a možnosti vstupu firiem na zahraničné trhy.
3. Medzinárodný obchod – teritoriálna a komoditná štruktúra, aktuálne trendy vývoja.
4. Inštitucionálny rámec pre medzinárodný obchod (GATT, WTO). Regulácia zahraničného obchodu na úrovni štátu a firmy.
5. Zahraničnoobchodná politika. Definícia, typy, historický vývoj.
6. Zahraničnoobchodná politika. Nástroje a vplyv na ich vplyv na cenovú konkurencieschopnosť importéra/exportéra. TARIC.
7. Regionálna ekonomická integrácia. Teoretické vymedzenie, formy a účinky.
8. Platobné nástroje v medzinárodnom obchode z pohľadu podnikateľa.
9. Špecifiká medzinárodnej prepravy a logistiky.

10. Medzinárodné obchodné operácie. Možnosti vstupu na zahraničné trhy z pohľadu podnikateľa.
11. Zahraničný obchod SR, exportná konkurencieschopnosť slovenských exportérov. Stav, špecifiká a úloha proexportnej politiky.
12. Inštitucionálna podpora exportu v SR. Participácia slovenských firiem v globálnych hodnotových reťazoch a miesto zahraničného obchodu vo vedomostnej ekonomike.
13. Simulácia dovozného a vývozného obchodného prípadu pre firmu.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 8

A	B	C	D	E	FX
0.0	12.5	50.0	0.0	37.5	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Stanislav Zábojník, PhD., Ing. Daniel Krajčík, PhD.

Dátum schválenia: 22.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 05.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KSaCR OF/ OOC21149/21	Názov predmetu: Obchodné podnikanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 4 Za obdobie štúdia: 26 / 52 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 8	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatná práca, práca v tímoch, písomná práca, písomná skúška Semináre 40 %, z toho: Aktívna účasť na výučbe 10 % Vypracovanie a prezentácia prípadovej štúdie v tíme 30 % Záverečná písomná skúška 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové pracovné zaťaženie študenta: 208 hodín. Z toho: Účasť na prednáškach: 26 hodín Účasť na seminároch: 52 hodín Príprava na semináre: 39 hodín Spracovanie prípadovej štúdie formou tímovej spolupráce: 39 hodín Príprava na skúšku: 52 hodín	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: Študenti získajú prehľad o teoretických a praktických základoch problematiky týkajúcej sa podnikovej ekonomiky a podnikových financií. Orientujú sa v právnych formách podnikania a disponujú vedomosťami o ich základných črtách. Získajú vedomosti o jednotlivých typoch daní. Rozumejú majetkovej, kapitálovej a finančnej štruktúre podniku. Chápu špecifiká podnikateľského prostredia, bariér rozvoja a podpory podnikania. Kompetentnosti: Vedia aktívne používať ekonomické pojmy a ovládať ich súvislosti. Ovládajú podstatu a princípy finančného hospodárenia. Dokážu vyhotoviť podnikateľský plán a zároveň porozumieť významu konštrukcie jeho jednotlivých častí. Dokážu interpretovať a predikovať jednotlivé položky finančných výkazov a vyhodnotiť finančnú situáciu podniku. Disponujú analytickými a prezentačnými zručnosťami, sú schopní pracovať v tíme, presvedčivo zargumentovať a obhájiť navrhnutý podnikateľský plán. Disponujú komunikačnými a podnikateľskými zručnosťami využiteľnými pri podnikaní a zároveň v ďalšom manažérskom vzdelaní na druhom stupni.	

Zručnosti:

Študenti zvládnu založiť si vlastný podnikateľský subjekt. Dokážu hodnotiť výkony zamestnancov, tvoriť a spracovať obchodné, marketingové koncepcie a prognózy. Budú schopní riadiť obchodné činnosti firmy, vyhodnocovať a realizovať rozbor obchodnej činnosti podľa požadovaných kritérií v stanovených časových intervaloch, monitorovať a udržiavať optimálny stav zásob na sklade. Orientujú sa v daňovej problematike a vedia komunikovať so subjektmi správy daní. Dokážu vyhodnocovať efektívnosť investícií v rámci stanovených rozpočtov. Vedia realizovať rozbor účtovnej závierky a finančnej situácie podniku, vrátane interpretácie ukazovateľov ekonomickej výkonnosti, prípravy a spracovávanía podkladov na finančné analýzy a plánovanie. Vedia konštruovať a prezentovať podnikateľský plán potrebný pre získanie kapitálu pri založení podniku pred hodnotiacou komisiou.

Stručná osnova predmetu:

Základné teoretické východiská podniku, podnikania a podnikovej ekonomiky. Majetková, kapitálová a finančná štruktúra podniku a zdroje financovania podnikania. Analýza podnikových financií. Pracovná sila podniku (mzdy, odvody, produktivita práce). Náklady a výdavky podniku. Výnosy podniku a výsledok hospodárenia. Podnikateľský plán vrátane finančného plánu. Dane pre podnikateľov. Podnikateľské prostredie a bariéry rozvoja podnikania, podporné programy pre podnikanie.

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

NAĐOVÁ KROŠLÁKOVÁ, Monika a kol. Obchodné podnikanie. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm. 2024. (v tlači)

Odporúčaná literatúra:

DEAKINS, David. Entrepreneurship: A Contemporary & Global Approach. Sage Publication. 2020, 296 s. ISBN 978-15-26461-14-8.

DWYER, Dana K. From Vision to Decision: A Self-Coaching Guide to Starting New Business [online]. Business Expert Press. 2019, 224 s. ISBN 978-19-49991-56-7. Dostupné na: [https://www.proquest.com/docview/2292176764/\\$N?accountid=49351&sourcetype=Books](https://www.proquest.com/docview/2292176764/$N?accountid=49351&sourcetype=Books)

ELIÁŠOVÁ, Darina a kol. Obchodné podnikanie. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm. 2017, 207 s. ISBN 978-80-22544-61-0

FETISOVOVÁ, Elena a kol. Podnikové financie: praktické aplikácie a zbierka príkladov. Bratislava: Wolters Kluwer. 2020, 223 s. ISBN 978-80-57101-62-8.

MAJDÚCHOVÁ, Elena – RYBÁROVÁ, Daniela. Podnikové hospodárstvo pre manažérov. Bratislava: Wolters Kluwer. 2019, 272 s. ISBN 978-80-57100-35-5.

MAJDÚCHOVÁ, Helena a kol. Podnikové hospodárstvo. 2. aktualizované, prepracované a rozšírené vydanie. Bratislava: Wolters Kluwer. 2020, 424 s. ISBN 978-80-57102-71-7.

MURA, Ladislav – RAFAJOVÁ, Lucia. Podniková ekonomika [CD-ROM]. Bratislava: Paneurópska vysoká škola. 2018, 301 s. ISBN 978-80-89453-58-0

STRAKA, Marek. Podnikateľský plán [online]. 2024. Dostupné na: <https://marekstraka.com/ebooky/e-book/>

Sylabus predmetu:

1. Podnik a podnikanie – základné ekonomické kategórie a právne normy v oblasti podnikania, typológia podnikov, riziko podnikania, kritériá výberu lokalizácie podniku, podnikateľský proces
2. Základné východiská podnikovej ekonomiky - podnikové financie, finančná politika a finančné ciele podnikateľskej činnosti
3. Majetková, kapitálová a finančná štruktúra podniku. Zdroje financovania podnikania (vlastný a cudzí kapitál)
4. Neobežný majetok podniku (dlhodobý hmotný a nehmotný majetok podniku, hodnotenie a výber investičných variantov, odpisy, financovanie)

5. Obežný majetok podniku (zásobovanie a materiálové hospodárstvo, manažment zásob a pohľadávok, financovanie)
6. Pracovná sila podniku (mzdy, odvody, produktivita práce)
7. Náklady a výdavky podniku (kalkulácie a analýza nákladov)
8. Výnosy podniku a výsledok hospodárenia
9. Teoretické východiská podnikateľského plánu – význam, typy, všeobecné požiadavky na tvorbu PP, postup/kroky zostavenia podnikateľského plánu, zakladateľský rozpočet, finančný plán
10. Dane - kritériá členenia daní a platná daňová sústava SR, registrácia, dane – daň z príjmu FO a PO
11. Dane - DPH (problematika registrácie subjektu za platiteľa DPH, zrušenia, registrácie, odpočítania a pomerného odpočítania DPH), dane – spotrebné a miestne dane, postavenie spotrebných daní v daňovej sústave SR
12. Finančná analýza podniku - hodnotenie finančnej situácie podniku, informačná základňa, postupy analýzy, ukazovatele
13. Podnikateľské prostredie a bariéry rozvoja podnikania, podporné programy pre podnikanie (Zákon o podpore MSP, finančná a nefinančná podpora podnikania)

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 413

A	B	C	D	E	FX
18.16	33.17	31.23	15.01	1.21	1.21

Vyučujúci: doc. Ing. Monika Naďová Krošláková, PhD., Ing. Ladislav Bažó, PhD., Ing. Iveta Fodranová, PhD., doc. PhDr. et Mgr. Ing. Ladislav Mura, PhD., MSc., Ing. Anna Veszprémi Sirotková, PhD., Ing. Adrián Čakanišín, Ing. Samuel Chlpek

Dátum schválenia: 04.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 27.02.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KOP OF/ OOE21067/21	Názov predmetu: Obchodné a hospodárske právo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 4 Za obdobie štúdia: 52 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40% aktívne formy výučby počas semestra 60% písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové pracovné zaťaženie študenta: 130 Pracovné zaťaženie študenta pre jednotlivé vzdelávacie činnosti: 130 Účasť na seminároch: 26 Príprava na seminár: 26 Príprava na priebežný test: 26 Príprava na skúšku: 52	
Výsledky vzdelávania: Hlavný vzdelávací cieľ predmetu: Základná orientácia v oblasti obchodného práva a hospodárskeho práva, ktorá je nevyhnutná pre prax každého absolventa št. programu PODNIKANIE V OBCHODE. Hlavné vzdelávacie výstupy predmetu: Vedomosti: študenti získajú vedomosti a porozumejú právnej regulácii postavenia podnikateľov a vzťahov, do ktorých podnikatelia vstupujú pri svojej podnikateľskej činnosti, osvoja si predmetnú právnu terminológiu a naučia sa ju správne používať. Zručnosti: študenti sa dokážu orientovať v prameňoch obchodného práva a hospodárskeho práva, pracovať s textom príslušných právnych predpisov, uvedomujú si súvislosti, sú schopní použiť nadobudnuté vedomosti v praktických situáciách napr. pri ohlasovaní živností, zakladaní obchodných spoločností, uzatváraní obchodných zmlúv či v prípade úpadku podnikateľa vo forme platobnej neschopnosti alebo predĺženia. Vedia pracovať s databázami právnych predpisov, s registrami podnikateľov, s registrami dlžníkov a úpadcov, ako aj s obchodným vestníkom. Kompetencie: študenti sú schopní pracovať s platnou a účinnou predmetnou právnou úpravou a dokážu ju aplikovať na situácie, s ktorými sa podnikatelia bežne stretávajú v praxi. Dokážu čítať právne normy so znalosťou základných pojmov a inštitútov obchodného práva a hospodárskeho práva.	
Stručná osnova predmetu: -	

Odporúčaná literatúra:

1. VETERNÍKOVÁ, Mária a kol. Základy obchodného práva pre ekonómov. 2. prepracované a aktualizované vydanie. Bratislava: Wolters Kluwer, 2023. 256 s. ISBN: 978-80-571-0613-5.
2. HOLUB, Dušan a kol. Základy práva pre ekonómov. 2. vydanie. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021. 332 s. ISBN: 978-80-571-0416-2.
3. MAMOJKA, Mojmir a kol. Obchodné právo I. Všeobecná časť, súťažné právo, právo obchodných spoločností a družstva. Bratislava: C. H. Beck, 2021. 832 s. ISBN: 978-80-8232-007-0.
4. MAMOJKA, Mojmir a kol. Obchodné právo II. Obchodné záväzkové vzťahy. Bratislava: C. H. Beck, 2023. 744 s. ISBN: 978-80-8232-025-4
5. PATAKYOVÁ, Mária a kol. Obchodný zákonník. Komentár. Bratislava: C. H. Beck, 2022. 1792 s. ISBN: 978-80-8232-018-6.
6. WINKLER, Martin a kol. Basics of Law. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2020. 290 s. ISBN 978-80-225-4781-9.

Sylabus predmetu:

1. Úvod do právnej problematiky, teória práva.
2. Obchodné právo, pojem, predmet, systém, pramene. Podnikanie zahraničných osôb.
3. Živnostenské podnikanie.
4. Všeobecné otázky obchodných spoločností.
5. Osobné obchodné spoločnosti. Verejná obchodná spoločnosť. Komanditná spoločnosť.
6. Kapitálové obchodné spoločnosti. Spoločnosť s ručením obmedzeným.
7. Akciová spoločnosť. Jednoduchá spoločnosť na akcie.
8. Družstvo. Nadnárodné právne formy podnikania.
9. Ochrana hospodárskej súťaže.
10. Obchodné záväzkové vzťahy.
11. Najčastejšie uzavierané zmluvy v podnikateľskej praxi.
12. Zmluva o tichom spoločenstve. Licenčná zmluva na predmety priemyselného vlastníctva. Zmluva o predaji podniku. Záväzkové vzťahy v medzinárodnom obchode.
13. Konkurz, reštrukturalizácia, oddĺženie, ako spôsoby riešenia nepriaznivej finančnej situácie podnikateľa. Cezhraničné konkurzy.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 705

A	B	C	D	E	FX
27.23	31.49	25.96	10.35	4.26	0.71

Vyučujúci: JUDr. Lenka Vačoková, PhD., JUDr. Andrea Slezáková, PhD., LL.M., JUDr. Mária Veterníková, PhD., JUDr. Ľubomír Zlocha, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 04.03.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba

zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba
zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: KOP OF/ OOE21070/21	Názov predmetu: Spotrebiteľské právo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 40% aktívne formy výučby počas semestra, 60% písomná skúška	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové pracovné zaťaženie študenta: 104 Pracovné zaťaženie študenta pre jednotlivé vzdelávacie činnosti: 104 Účasť na seminároch: 13 Príprava na seminár: 26 Príprava na priebežný test: 26 Príprava na skúšku: 39	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: študenti získajú vedomosti a porozumejú právnej regulácii ochrany spotrebiteľa, osvoja si predmetnú právnu terminológiu a naučia sa ju správne používať. Zručnosti: študenti sa dokážu orientovať v prameňoch spotrebiteľského práva, uvedomujú si súvislosti, sú schopní použiť nadobudnuté vedomosti v praktických situáciách, vedia na čo si musia dávať pozor pri uzatváraní spotrebiteľských zmlúv. Kompetencie: študenti dokážu predchádzať následkom, ktoré sa spájajú s neprijateľnými podmienkami v spotrebiteľských zmluvách. Sú schopní čítať právne normy so znalosťou základných právnych pojmov a inštitútov spotrebiteľského práva.	
Stručná osnova predmetu:	
Odporúčaná literatúra: VETERNÍKOVÁ, M.: Vybrané kapitoly zo spotrebiteľského práva. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, 178 s. ISBN 978-80-225-4143-5. JURČOVÁ, M., MASLÁK, M., BORKOVIČOVÁ, V.: Spotrebiteľské právo. 1. vydanie. Praha: Wolters Kluwer ČR, a.s., 2021, 338 s.	
Sylabus predmetu: 1. Úvod do spotrebiteľského práva - pojem, predmet, funkcia a pramene spotrebiteľského práva. Základné pojmy spotrebiteľského práva. Ochrana spotrebiteľa v práve Európskej únie.	

2. Ochrana spotrebiteľa podľa zákona o ochrane spotrebiteľa - práva spotrebiteľa, povinnosti výrobcov, predávajúcich, dovozcov a dodávateľov. Nekalé obchodné praktiky. Pôsobnosť orgánov verejnej správy v oblasti ochrany spotrebiteľa. Združenia spotrebiteľov a iné právnické osoby založené na ochranu spotrebiteľov.
3. Spotrebiteľské zmluvy. Neprijateľné podmienky v spotrebiteľských zmluvách. Uplatňovanie práv zo spotrebiteľských zmlúv. Spotrebiteľská kúpna zmluva a jej špecifiká. Zodpovednosť za vady predanej veci.
4. Ochrana spotrebiteľa pri predaji alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho. Základné pojmy, podmienky uzatvárania zmluvy, predajné akcie, správne delikty a pokuty.
5. Ochrana spotrebiteľa pri elektronickom obchode. Zmluvy uzavreté prostredníctvom elektronických zariadení.
6. Predaj výrobkov a poskytovanie služieb na trhovách miestach. Osoby oprávnené predávať výrobky a poskytovať služby na trhovách miestach. Povinnosti predávajúcich na trhovách miestach. Orgány dozoru a sankcie.
7. Ochrana spotrebiteľa a reklama. Zákon o reklame. Porovnávacia reklama. Podmienky reklamy niektorých výrobkov. Orgány dozoru a sankcie.
8. Ochrana spotrebiteľa podľa Obchodného zákonníka. Nekalá súťaž. Právne prostriedky ochrany proti nekalej súťaži.
9. Ochrana spotrebiteľa na finančnom trhu. Zákon o spotrebiteľských úveroch a iných úveroch a pôžičkách pre spotrebiteľov a o zmene a doplnení niektorých zákonov.
10. Právna zodpovednosť pri ochrane spotrebiteľa. Zodpovednosť za vady. Zodpovednosť za škodu. Zodpovednosť za škodu spôsobenú vadným výrobkom. Zodpovednosť za bezdôvodné obohatenie. Administratívnoprávna zodpovednosť. Trestnoprávna zodpovednosť.
11. Súdna ochrana spotrebiteľa. Spotrebiteľské spory. Konanie v spotrebiteľských veciach podľa Civilného sporového poriadku.
12. Alternatívne spôsoby riešenia spotrebiteľských sporov. Spotrebiteľské rozhodcovské konanie. Mediácia. Alternatívne riešenie spotrebiteľských sporov.
13. Ochrana spotrebiteľa v rámci oddlžovacieho konania. Oddlženie spotrebiteľa formou konkurzu. Oddlženie spotrebiteľa formou splátkového kalendára.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 31

A	B	C	D	E	FX
38.71	22.58	25.81	12.9	0.0	0.0

Vyučujúci: JUDr. Lenka Vačoková, PhD.

Dátum schválenia: 01.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 13.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: D OF/OOZ21001/21	Názov predmetu: Seminár k záverečnej práci 1
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatná práca, písomná práca, projekt Priebežné hodnotenie postupov zadaných na jednotlivých stretnutiach: - spracovanie bibliografie k záverečnej práci - vypracovanie projektu, ktorý zachytáva kľúčové oblasti spracovania záverečnej práce - voľba metód záverečnej práce - vypracovanie štruktúry hlavných kapitol a podkapitol záverečnej práce - príprava obhajoby záverečnej práce – prezentácia záverečnej práce	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 52 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava záverečnej práce: 26 hodín	
Výsledky vzdelávania: - na konkrétnych príkladoch poukázať na možnosti aplikovania teoretických poznatkov v záverečnej práci - tvorivo formulovať predpoklady riešenia problému - vhodne zvoliť postupy, výskumné otázky a hypotézy - naučiť sa interpretovať (písmom a slovom) získané poznatky Po absolvovaní seminára k záverečnej práci, bude študent schopný: - zhromaždiť, interpretovať a spracovať odbornú literatúru - formulovať problémy - tvorivo navrhovať postupy riešenia výskumných problémov - aplikovať získané poznatky pri riešení príbuzných odborných problémov - preukázať štylizáčne schopnosti potrebné na písanie odborného textu	
Stručná osnova predmetu: Spracovanie základnej odbornej literatúry k danej téme záverečnej práce, jej interpretovanie, formulovanie výskumných problémov a hypotéz, zvolenie metód spracovania záverečnej práce, určenie časového rozvrhu prác na jednotlivých častiach záverečnej práce, spracovanie jednotlivých častí záverečnej práce, príprava obhajoby záverečnej práce.	
Odporúčaná literatúra:	

Literatúra podľa témy záverečnej práce.
Interná smernica č.11/2019 o záverečných, rigorózných a habilitačných prácach a jej prílohy č. 1 až 12.

Sylabus predmetu:

-

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 415

NZ	Z
3.37	96.63

Vyučujúci:

Dátum schválenia: 04.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 15.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: D OF/OOZ21002/21	Názov predmetu: Seminár k záverečnej práci 2
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 6.	
Stupeň štúdia: I.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatná práca, písomná práca, projekt Priebežné hodnotenie postupov zadaných na jednotlivých stretnutiach: - spracovanie bibliografie k záverečnej práci - vypracovanie projektu, ktorý zachytáva kľúčové oblasti spracovania záverečnej práce - voľba metód záverečnej práce - vypracovanie štruktúry hlavných kapitol a podkapitol záverečnej práce - príprava obhajoby záverečnej práce – prezentácia záverečnej práce	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovná záťaž: 52 hodín Účasť na seminároch: 26 hodín Príprava záverečnej práce: 26 hodín	
Výsledky vzdelávania: - na konkrétnych príkladoch poukázať na možnosti aplikovania teoretických poznatkov v záverečnej práci - tvorivo formulovať predpoklady riešenia problému - vhodne zvoliť postupy, výskumné otázky a hypotézy - naučiť sa interpretovať (písmom a slovom) získané poznatky Po absolvovaní seminára k záverečnej práci, bude študent schopný: - zhromaždiť, interpretovať a spracovať odbornú literatúru - formulovať problémy - tvorivo navrhovať postupy riešenia výskumných problémov - aplikovať získané poznatky pri riešení príbuzných odborných problémov - preukázať štylizáčne schopnosti potrebné na písanie odborného textu	
Stručná osnova predmetu: Spracovanie základnej odbornej literatúry k danej téme záverečnej práce, jej interpretovanie, formulovanie výskumných problémov a hypotéz, zvolenie metód spracovania záverečnej práce, určenie časového rozvrhu prác na jednotlivých častiach záverečnej práce, spracovanie jednotlivých častí záverečnej práce, príprava obhajoby záverečnej práce.	
Odporúčaná literatúra:	

Literatúra podľa témy záverečnej práce.
Interná smernica č.11/2019 o záverečných, rigorózných a habilitačných prácach a jej prílohy č. 1 až 12.

Sylabus predmetu:

-

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

-

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 416

NZ	Z
4.81	95.19

Vyučujúci:

Dátum schválenia: 04.04.2022

Dátum poslednej zmeny: 15.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: CTVŠ EU/ OTA150101L/21	Názov predmetu: Telovýchovné aktivity
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 1	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia:	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: priebežné testy zápočet testy – somatometrické, motorické a funkčné	
Pracovné zaťaženie študenta: 26	
Výsledky vzdelávania: Kompenzácia duševného zaťaženia, vplyv na telesný, funkčný a pohybový rozvoj. Prevencia civilizačných ochorení, metabolického syndrómu a ochorení spôsobených sedavým spôsobom života. Formovanie trvalého vzťahu k športu, získanie vedomostí o správnej výžive a životospráve. Zlepšenie základných pohybových zručností, zlepšenie typologických parametrov.	
Stručná osnova predmetu: Podľa jednotlivých pohybových aktivít: aerobik, basketbal, bedminton, bodywork, fitball aerobik, florbal, futbal, futsal, intervalový tréning, joga, kondičný beh, kondičná kulturistika, letné kurzy, moderný tanec, pilates, plávanie, relax strečing, step aerobik, stolný tenis, tabata, teoretické prednášky, tenis, turistika, volejbal, zimné kurzy.	
Odporúčaná literatúra: 1. Moravec, R., Kampmiller, T a J. Sedláček, 1996. Eurofit. Telesný rozvoj a pohybová výkonnosť školskej populácie na Slovensku. Bratislava: Slovenská vedecká spoločnosť pre telesnú výchovu a šport. ISBN 80-967487-1-8. 2. Clarková, N., 2000. Sportovní výživa. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4655-5. 3. Moravec, R., Kampmiller, T., Šimonek, J. a kol., 2004. Teória a didaktika športu. Bratislava: Slovenská vedecká spoločnosť pre telesnú výchovu a šport. ISBN 80-89075-22-3. 4. Peráček P., Argaj, G., Holienka, M. a kol., 2003. Športové hry. Bratislava: PEEM. ISBN 80-88901-77-4. 5. Macejková, Y. a kol., 2005. Didaktika plávania. Bratislava: ICM Agency. ISBN 80-969268-3-7. 6. Kovaříková, K., 2017. Aerobik a fitness. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-3649-8.	
Sylabus predmetu:	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk	
Poznámky: Absolvovanie zimného, respektíve letného telovýchovného kurzu	
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 897	
NZ	Z
0.0	100.0
Vyučujúci: ;Mgr. Katarína Péliová, PhD.	
Dátum schválenia: 21.02.2022	
Dátum poslednej zmeny: 17.01.2022	
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.	

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Obchodná fakulta	
Kód predmetu: CTVŠ EU/ OTA150101Z/21	Názov predmetu: Telovýchovné aktivity
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 1	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia:	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: priebežné testy zápočet testy – somatometrické, motorické a funkčné	
Pracovné zaťaženie študenta: 26	
Výsledky vzdelávania: Kompenzácia duševného zaťaženia, vplyv na telesný, funkčný a pohybový rozvoj. Prevencia civilizačných ochorení, metabolického syndrómu a ochorení spôsobených sedavým spôsobom života. Formovanie trvalého vzťahu k športu, získanie vedomostí o správnej výžive a životospráve. Zlepšenie základných pohybových zručností, zlepšenie typologických parametrov.	
Stručná osnova predmetu: Podľa jednotlivých pohybových aktivít: aerobik, basketbal, bedminton, bodywork, fitball aerobik, florbal, futbal, futsal, intervalový tréning, joga, kondičný beh, kondičná kulturistika, letné kurzy, moderný tanec, pilates, plávanie, relax strečing, step aerobik, stolný tenis, tabata, teoretické prednášky, tenis, turistika, volejbal, zimné kurzy.	
Odporúčaná literatúra: 1. Moravec, R., Kampmiller, T a J. Sedláček, 1996. Eurofit. Telesný rozvoj a pohybová výkonnosť školskej populácie na Slovensku. Bratislava: Slovenská vedecká spoločnosť pre telesnú výchovu a šport. ISBN 80-967487-1-8. 2. Clarková, N., 2000. Sportovní výživa. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4655-5. 3. Moravec, R., Kampmiller, T., Šimonek, J. a kol., 2004. Teória a didaktika športu. Bratislava: Slovenská vedecká spoločnosť pre telesnú výchovu a šport. ISBN 80-89075-22-3. 4. Peráček P., Argaj, G., Holienka, M. a kol., 2003. Športové hry. Bratislava: PEEM. ISBN 80-88901-77-4. 5. Macejková, Y. a kol., 2005. Didaktika plávania. Bratislava: ICM Agency. ISBN 80-969268-3-7. 6. Kovaříková, K., 2017. Aerobik a fitness. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-3649-8.	
Sylabus predmetu:	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk	
Poznámky: Absolvovanie zimného, respektíve letného telovýchovného kurzu	
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 983	
NZ	Z
0.0	100.0
Vyučujúci: ;Mgr. Katarína Péliová, PhD.	
Dátum schválenia: 21.02.2022	
Dátum poslednej zmeny: 17.01.2022	
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Eduard Baumöhl, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Ferdinand Daňo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Peter Drábik, PhD., MSc.	