

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KEM PHF/ PPEM22150/22	Názov predmetu: Internet Communication
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety: KOP PHF/PPO22364/22-Marketing Communication	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Tímová semestrálna práca, semestrálny test písomná skúška. Tím pre spracovanie semestrálnej práce pozostáva z 3 členov a výber členov tímu bude vykonaný náhodne. Hodnotenie semestrálnej práce sa vykonáva tímovo. Všetci členovia tímu získajú rovnaké hodnotenie. <ul style="list-style-type: none">• vypracovanie a prezentácia tímovej semestrálnej práce – 20 %• semestrálny test – 10 %• aktivita – 10 %• záverečná písomná skúška – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: účasť na prednáškach – 26 hodín účasť na cvičeniach – 26 hodín spracovanie tímovej semestrálnej práce: – 13 hodín príprava na semestrálny test: – 13 hodín príprava na písomnú skúšku: – 26 hodín Spolu: 104 hodín	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: komunikačné stratégie v digitálnom prostredí znalosť platforiem sociálnych médií ako obchodných nástrojov analytické nástroje na hodnotenie efektívnosti internetovej komunikácie Zručnosti: vyhľadávanie informácií na internete užívateľské komunity zacielené na sociálne siete vytvoriť si profesionálny profil na sociálnych sieťach vytvárať virtuálne tímy analyzovať efektívnosť internetovej komunikácie kompetencie:	

schopnosť rozvíjať a uplatňovať efektívne komunikačné stratégie v digitálnom prostredí
využívať manažérske prístupy pri tvorbe obchodných prezentácií na internete
schopnosť navrhovať a používať analytické nástroje na hodnotenie internetovej komunikácie

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

Internetová komunikácia – úvod.

Digitálne prostredie a sociálne médiá. Podnikové sociálne siete.

Vyhľadávanie informácií a zdieľanie vedomostí.

Vývoj a využitie multimédií.

Úloha informačných technológií v elektronickom obchode.

Aplikácia komunikačných stratégií I.

Aplikácia komunikačných stratégií II.

CMS platformy.

Analytické nástroje na hodnotenie internetovej komunikácie.

Aplikácia analytických nástrojov hodnotenia efektívnosti internetovej komunikácie.

Digitálne platformy pre virtuálnu komunikáciu.

Virtuálna spolupráca a virtuálne tímy.

Trendy v internetovej komunikácii.

Semináre:

Význam internetovej komunikácie v manažérskej práci. Úvod – požiadavky.

Profesionálny profil na sociálnych sieťach.

Vertikálna a horizontálna analýza sociálnych sietí.

Nástroje na vyhľadávanie informácií. Zdieľanie znalostí – tímová práca.

Elektronický obchod: prípadová štúdia.

Natívna reklama na sociálnych sieťach. Prezentácia tímovej práce.

Blogovanie, mikrobloggerovanie. Copywriting. Prezentácia tímovej práce.

Zvyšovanie povedomia o značke v digitálnom prostredí. Employer branding v digitálnom prostredí.

Aplikácia na príkladoch.

Ukazovatele efektívnosti využívania reklamného priestoru na internete.

Hodnotenie efektívnosti internetovej komunikácie pomocou analytických nástrojov.

Test.

Virtuálne tímy vo firme. Webináre: prípadová štúdia.

Hodnotenie študentov.

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

DWIVEDI, A. – McDonald, R. E.: Examining the efficacy of brand social media communication: a consumer perspective. In: Journal of Marketing Theory and Practice. 2020, Vol. 28, Iss. 4, pp. 373-386.

VLAD, D. E.: Concepts of Quality Connected to Social Media and Emotions. Springer Gabler, 2020. ISBN 978-3-658-28867-9 (eBook)

DOLEGA, L. – ROWE, F. – BRANAGAN, E.: Going digital? The impact of social media marketing on retail website traffic, orders and sales. In: Journal of Retailing and Consumer Services, 2021, vol. 60.

SONNIER, G. P. – McALISTER, L. – RUTZ, O. J.: A Dynamic Model of the Effect of Online Communications on Firm Sales. In: Marketing Science, 2011, vol. 30, No. 4, pp. 702-716.

SÜRAL, I.: Characteristics of a sustainable Learning and Content Management System (LCMS). In: Procedia – Social and Behavioral Science. 2010, Vol. 9, pp. 1145-1152.

SZARKOVÁ, M. et al.: Social Networks in Human Resources Management in the Industrial Revolution 4.0 and 5.0 and Their Evolutionary Trends. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2021. 110 s. ISBN 978-80-7556-083-4

Sylabus predmetu:

Prednášky:

Internetová komunikácia – úvod.

Digitálne prostredie a sociálne médiá. Podnikové sociálne siete.

Vyhľadavanie informácií a zdieľanie vedomostí.

Vývoj a využitie multimédií.

Úloha informačných technológií v elektronickom obchode.

Aplikácia komunikačných stratégií I.

Aplikácia komunikačných stratégií II.

CMS platformy.

Analytické nástroje na hodnotenie internetovej komunikácie.

Aplikácia analytických nástrojov hodnotenia efektívnosti internetovej komunikácie.

Digitálne platformy pre virtuálnu komunikáciu.

Virtuálna spolupráca a virtuálne tímy.

Trendy v internetovej komunikácii.

Semináre:

Význam internetovej komunikácie v manažérskej práci. Úvod – požiadavky.

Profesionálny profil na sociálnych sieťach.

Vertikálna a horizontálna analýza sociálnych sietí.

Nástroje na vyhľadavanie informácií. Zdieľanie znalostí – tímová práca.

Elektronický obchod: prípadová štúdia.

Natívna reklama na sociálnych sieťach. Prezentácia tímovej práce.

Blogovanie, mikrobloggerovanie. Copywriting. Prezentácia tímovej práce.

Zvyšovanie povedomia o značke v digitálnom prostredí. Employer branding v digitálnom prostredí. Aplikácia na príkladoch.

Ukazovatele efektívnosti využívania reklamného priestoru na internete.

Hodnotenie efektívnosti internetovej komunikácie pomocou analytických nástrojov.

Test.

Virtuálne tímy vo firme. Webináre: prípadová štúdia.

Hodnotenie študentov.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

N/A

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: doc. Ing. Cecília Olexová, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 22.02.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba

zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba
zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba
zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KEM PHF/ PPEM22151/22	Názov predmetu: Digital Economy
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: priebežná písomná práca písomná skúška Priebežné hodnotenie: priebežná písomná práca 40% (počet bodov spolu 40) priebežné hodnotenie: min. 21 bodov (z 40 bodov) Záverečné hodnotenie: písomná skúška 60% – 60 bodov písomná skúška – min. počet 31 bodov	
Pracovné zaťaženie študenta: 104 hodín celkom, z toho: <ul style="list-style-type: none">• 26 hodín účasť na prednáškach• 26 hodín príprava na prednášky• 26 hodín účasť na cvičeniach• 26 hodín príprava na cvičenia	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: <ul style="list-style-type: none">• Vedomosti z oblasti digitálnej ekonomiky• Vedomosti z oblasti B2B a B2C platforiem• Vedomosti z oblasti budovania dôvery a reputácie na elektronických trhoch• Vedomosti z oblastí základných nástrojov dataminingu a extrakcie informácií s údajov• Vedomosti z oblasti bezpečnosti, súkromia a GDPR v digitálnom prostredí. Kompetentnosti: <ul style="list-style-type: none">• Orientovanie sa na rôznych druhoch elektronických trhoch• Pracovať v prostredí B2B a B2C obchodných platforiem• Vyhodnocovať podnikové údaje využitím databázových a základných dataminingových nástrojov.• Hodnotiť dôveryhodnosť obchodných partnerov a budovať doveryhodnosť na elektronických trhoch• Zavádzať digitálne inovácie v podnikoch	

- Správa systémov Business Intelligence systémov v podniku

Zručnosti:

- Nákup a predaj na elektronických trhoch v rámci B2B a B2C platforiem,
- Nastavenie funkcionalít trhových platforiem
- Tvorba a parametrizácia elektronických zoznamov produktov a elektronických katalógov
- Vytváranie zostáv, kontrola a správa systémov Business Intelligence
- Vytváranie stratégií pre budovanie reputácie na elektronických trhoch.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Povaha údajov a zber údajov.
2. Analýza údajov.
3. Digitalizácia ekonomiky.
4. Digitálny tovar a služby.
5. B2B platformy.
6. Digitálne trhy.
7. Mechanizmus budovania dôvery.
8. Reputácia na internete.
9. Digitálne podnikanie, stratégia a inovácie.
10. Business Intelligence.
11. Úvod do dataminingu.
12. Metódy dataminingu.
13. Bezpečnosť, súkromie a GDPR.

Semináre:

1. Vybrané prípadové štúdie a príklady týkajúce sa dátových typov.
2. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s prípravou údajov.
3. Vybrané prípadové štúdie a príklady spojené s vizualizáciou viacpremenných súborov údajov.
4. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s analýzou údajov.
5. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s prípravou elektronickej aukcie.
6. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s realizáciou elektronickej aukcie.
7. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s vyhodnotením elektronickej aukcie.
8. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s hodnotením mechanizmov reputácie.
9. Vybrané prípadové štúdie a príklady týkajúce sa základných metód dataminingu I (napr. Základné klasifikačné stromy).
10. Vybrané prípadové štúdie a príklady týkajúce sa základných metód dataminingu II (napr. Modelovanie jednoduchých neurónových sietí).
11. Vybrané prípadové štúdie a príklady týkajúce sa základných metód dataminingu II (napr. Trénovanie jednoduchých neurónových sietí).
12. Vybrané prípadové štúdie a príklady týkajúce sa základných metód dataminingu II (napr. Vyhodnocovanie jednoduchých neurónových sietí).
13. Odovzdanie písomnej práce.

Odporúčaná literatúra:

ZHOU, Hong. Learn Data Mining Through Excel. Apress, 2020.

OVERBY, Harald; AUDESTAD, Jan Arild. Digital Economics: How Information and Communication Technology is Shaping Markets, Businesses, and Innovation. Sp, 2018.

PEITZ, Martin; WALDFOGEL, Joel (ed.). The Oxford handbook of the digital economy. Oxford University Press, 2012.

POCHIRAJU, Bhimasankaram; SESHADRI, Sridhar (ed.). Essentials of Business Analytics: An Introduction to the Methodology and Its Applications. Springer, 2019.

HODEGHATTA, Umesh R.; NAYAK, Umesh. Business analytics using R-a practical approach. Apress, 2016.

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Povaha údajov a zber údajov.
2. Analýza údajov.
3. Digitalizácia ekonomiky.
4. Digitálny tovar a služby.
5. B2B platformy.
6. Digitálne trhy.
7. Mechanizmus budovania dôvery.
8. Reputácia na internete.
9. Digitálne podnikanie, stratégia a inovácie.
10. Business Intelligence.
11. Úvod do dataminingu.
12. Metódy dataminingu.
13. Bezpečnosť, súkromie a GDPR.

Semináre:

1. Vybrané prípadové štúdie a príklady týkajúce sa dátových typov.
2. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s prípravou údajov.
3. Vybrané prípadové štúdie a príklady spojené s vizualizáciou viacpremenných súborov údajov.
4. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s analýzou údajov.
5. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s prípravou elektronickej aukcie.
6. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s realizáciou elektronickej aukcie.
7. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s vyhodnotením elektronickej aukcie.
8. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s hodnotením mechanizmov reputácie.
9. Vybrané prípadové štúdie a príklady týkajúce sa základných metód dataminingu I (napr. Základné klasifikačné stromy).
10. Vybrané prípadové štúdie a príklady týkajúce sa základných metód dataminingu II (napr. Modelovanie jednoduchých neurónových sietí).
11. Vybrané prípadové štúdie a príklady týkajúce sa základných metód dataminingu II (napr. Trénovanie jednoduchých neurónových sietí).
12. Vybrané prípadové štúdie a príklady týkajúce sa základných metód dataminingu II (napr. Vyhodnocovanie jednoduchých neurónových sietí).
13. Odovzdanie písomnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

N/A

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: doc. Ing. Martin Mizla, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 22.02.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KEM PHF/ PPEM22152/22	Názov predmetu: Communication and Managerial Skills
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: tímové semestrálne zadania, priebežný test, kombinovaná skúška Tím pre spracovanie semestrálnych zadaní pozostáva z 2 členov a výber členov tímu bude vykonaný náhodne. Hodnotenie semestrálnych zadaní sa vykonáva tímovo. Všetci členovia tímu získajú rovnaké hodnotenie. • vypracovanie a prezentácia semestrálnych zadaní – 30 % • aktivita – 10 % záverečná skúška: ústna a písomná skúška – 60%	
Pracovné zaťaženie študenta: • Účasť na prednáškach: 26 hodín • Účasť na cvičeniach: 26 hodín • Príprava semestrálnych zadaní: 13 hodín • Príprava na záverečné hodnotenie: 39 hodín Spolu: 104	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti: poznať modely medziľudskej komunikácie, formy komunikácie pochopiť stratégie presvedčania porovnávať a aplikovať rôzne prístupy v problémovej komunikácii poznať techniky a metódy time managementu Kompetencie: komunikačná kompetencia - verbálna, neverbálna a paraverbálna komunikácia v rôznych pracovných situáciach, kompetencia viesť formálne pohovory (výberový pohovor, hodnotiaci pohovor, presvedčanie, riešenie konfliktov, vyjednávanie) schopnosť využívať techniky a nástroje time managementu v selfmanažmente a organizácii úloh Zručnosti: rétorické schopnosti	

príprava dokumentov
schopnosť presvedčiť
riešenie konfliktov
organizovať pracovné úlohy a delegovať pracovné úlohy

Stručná osnova predmetu:

Prednášky: témy:

Komunikačné a manažérske zručnosti – úvod.

Úvod do komunikácie. Interpersonálna komunikácia.

Formy komunikácie I.: verbálna a paraverbálna komunikácia.

Formy komunikácie II.: Neverbálna komunikácia.

Komunikácia v organizácii.

Ústna komunikácia. Výberový pohovor. Spätná väzba. Hodnotiaci rozhovor. Stretnutia.

Rozvoj prezentačných zručností. Reč.

Presvedčanie – stratégie a techniky.

Písomná komunikácia – formálne dokumenty, obchodné listy, špecifiká elektronickej komunikácia.

Problémová komunikácia – riešenie konfliktov v organizáciách. Sprostredkovanie. asertivita, agresivita a pasivita.

Time management.

Techniky a nástroje riadenia času.

Vyjednávanie.

Semináre: témy:

Komunikačné a manažérske schopnosti pre kariérny rast. Úvod – požiadavky.

Myšlienkové mapy.

Aktívne počúvanie.

Verbálna pripravenosť – cvičenie.

Neverbálna komunikácia.

Komunikácia so zamestnancami – hranie rolí.

Rozhovor v manažérskej práci. Výberový pohovor. Spätná väzba. Chvála, kritika, konštruktívne kritika.

Individuálna prezentácia – prejav manažéra.

Presvedčivé argumenty.

Dokumenty v organizácii (obchodná ponuka nového produktu, oslovenie nových klientov, reklamácia,

odpoveď na sťažnosť, kladná a záporná odpoveď uchádzačovi o zamestnanie, referencia práce).

Formulácia

výrokov.

Modely riešenia konfliktov na pracovisku. Pasívna, agresívna a asertívna reakcia. Stres zvládanie.

Techniky a nástroje riadenia času.

Vyjednávanie – hranie rolí. Hodnotenie študentov.

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

Quintanilla, K. M. – Wahl, S. T.: Business and Professional Communication:

KEYS for Workplace Excellence. 4th ed., London: SAGE Publications, Inc., 2020.

ISBN 978-15-0636-959-4.

Mayfield, M. – Mayfield, J., Walker, R.: Fundamental Theories of Business Communication :

laying a Foundation for the Field. Palgrave Macmillan, 2020. 266 pp. ISBN 978-3-030-57740-7.

Muthusamy, S. K.: Power of positive words: communication, cognition, and organizational

transformation. In: Journal of Organizational Change Management, 2019, Vol. 32 No. 1, pp. 103-122.

Doplňujúca literatúra:

Mautner, G. – Rainer, F.: Handbook of Business Communication. De Gruyter, 2019. ISBN 150-151-900-X.

Ter Hoeven, C.L. – Miller, V. D. – Peper, B. – den Dulk, L.: “The Work Must Go On”: The Role of Employee and Managerial Communication in the Use of Work–Life Policies. In: Management Communication Quarterly, 2017, 31(2), 194-229.

Sylabus predmetu:

Prednášky: témy:

Komunikačné a manažérske zručnosti – úvod.

Úvod do komunikácie. Interpersonálna komunikácia.

Formy komunikácie I.: verbálna a paraverbálna komunikácia.

Formy komunikácie II.: Neverbálna komunikácia.

Komunikácia v organizácii.

Ústna komunikácia. Výberový pohovor. Spätná väzba. Hodnotiaci rozhovor. Stretnutia.

Rozvoj prezentačných zručností. Reč.

Presvedčanie – stratégie a techniky.

Písomná komunikácia – formálne dokumenty, obchodné listy, špecifiká elektronickej komunikácia.

Problémová komunikácia – riešenie konfliktov v organizáciách. Sprostredkovanie. asertivita, agresivita a pasivita.

Time management.

Techniky a nástroje riadenia času.

Vyjednávanie.

Semináre: témy:

Komunikačné a manažérske schopnosti pre kariérny rast. Úvod – požiadavky.

Myšlienkové mapy.

Aktívne počúvanie.

Verbálna pripravenosť – cvičenie.

Neverbálna komunikácia.

Komunikácia so zamestnancami – hranie rolí.

Rozhovor v manažérskej práci. Výberový pohovor. Spätná väzba. Chvála, kritika, konštruktívne kritika.

Individuálna prezentácia – prejav manažéra.

Presvedčivé argumenty.

Dokumenty v organizácii (obchodná ponuka nového produktu, oslovenie nových klientov, reklamácia,

odpoveď na sťažnosť, kladná a záporná odpoveď uchádzačovi o zamestnanie, referencia práce).

Formulácia

výrokov.

Modely riešenia konfliktov na pracovisku. Pasívna, agresívna a asertívna reakcia. Stres zvládanie.

Techniky a nástroje riadenia času.

Vyjednávanie – hranie rolí. Hodnotenie študentov.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

N/A

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: doc. Ing. Cecília Olexová, PhD.**Dátum schválenia:** 19.07.2022**Dátum poslednej zmeny:** 22.02.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KEM PHF/ PPEM22153/22	Názov predmetu: Organizational Behaviour
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety: KOP PHF/PPO22362/22-Marketing Management	
Podmienky na absolvovanie predmetu: <ul style="list-style-type: none">• vypracovanie a prezentácia semestrálnej práce – 25 %• výsledok semestrálneho testu – 10 %• aktivita – 5 %• záverečná písomná skúška – 60%	
Pracovné zaťaženie študenta: <ul style="list-style-type: none">• Účasť na prednáškach: 26 hodín• Účasť na cvičeniach: 26 hodín• Spracovanie semestrálnej práce: 13 hodín• Príprava na semestrálny test: 13 hodín• Príprava na písomnú skúšku: 26 hodín Spolu: 104 hodín	
Výsledky vzdelávania: <p>Vedomosti:</p> <ul style="list-style-type: none">• definovať vzájomné vzťahy medzi tromi analytickými úrovňami: jednotlivec, skupina, organizácia• charakterizovať správanie jednotlivca a pracovných skupín a poznať kompetencie znalostného pracovníka• poznať prvky organizačnej kultúry• pochopiť organizačné procesy – vedenie, motivácia, delegovanie, koučovanie <p>Zručnosti:</p> <ul style="list-style-type: none">• viesť pracovný tím• uplatniť efektívny štýl vedenia• motivovať k pracovnému výkonu• delegovať pracovné úlohy• koučovať <p>Kompetentnosti:</p> <ul style="list-style-type: none">• spôsobilosť riešiť rozličné problémy v oblasti vedenia a motivácie zamestnancov• posúdiť úroveň jednotlivých oblastí organizačného správania v praxi a formulovať odporúčania	

- vytvárať a viesť tímy vo virtuálnej organizácii
- spôsobilosť viesť a motivovať podriadených, vrátane manažmentu zmien

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Organizačné správanie – podstata organizačného správania.
2. Jednotlivec v organizácii – osobnosť človeka z hľadiska nárokov jeho pracovného uplatnenia. Kompetencie znalostného pracovníka.
3. Pracovné skupiny a pracovné tímy v organizácii. Efektívnosť tímovej práce.
4. Vedenie. Štýly vedenia. Globálni manažéri. Alternatívy k vedeniu.
5. Pracovná motivácia. Manažment talentov.
6. Moc, vplyv, autorita.
7. Delegovanie a participácia. Rozhodovanie.
8. Koučing.
9. Organizačná kultúra.
10. Riadenie znalostí.
11. Organizačný dizajn. Digitalizácia a automatizácia práce. Virtuálna organizácia.
12. Manažment organizačnej dynamiky.
13. Medzinárodné dimenzie štúdia organizačného správania.

Cvičenia:

1. Úvodné cvičenie, podmienky na absolvovanie cvičení. Obsah organizačného správania.
2. Aplikácia organizačného správania. Osobnosť v organizácii.
3. Tvorba pracovných skupín a tímov, organizácia práce a efektívnosť skupiny – rolová hra.
4. Voľba štýlov vedenia pre konkrétne podmienky – tímová práca.
5. Osobitosti motivácie talentov v organizácii – prípadová štúdia, práca v tíme.
6. Klasifikácia druhov moci a ich analýza uplatňovania v praxi – modelové situácie.
7. Modelové situácie zamerané na delegovanie, participáciu, rozhodovanie.
8. Koučing – rolová hra.
9. Semestrálny test.
10. Prvky organizačnej kultúry – prípadová štúdia.
11. Riadenie znalostí – tímová práca. Virtuálna organizácia – prípadová štúdia.
12. Organizačná dynamika – diskusia.
13. Zhodnotenie práce študentov počas semestra.

Odporúčaná literatúra:

- Buchanan, D. A. – Huczynski, A. A.: Organizational Behavior. 10th ed. Pearson, 2020. ISBN 978-80-1352-2680-3.
- Griffin, R. W. – Phillips, J. M. – Gully, S. M.: Organizational Behavior. Cengage, 2019. 640 s. ISBN 978- 03-5704-250-2.
- King, D. – Lawley, S.: Organizational Behaviour. Oxford: Oxford University Press, 2019. 690 s. 3rd ed. ISBN 978-0-19-880778-0.
- Koning, P.: Agile Leadership Toolkit: Learning to Thrive with Self-Managing Teams. Pearson, 2019.
- Buchanan, D. A. – Badham, R. J. Power, Politics, and Organizational Change. 3rd ed. London: SAGE Publications Ltd, 2020. ISBN 978-1-5264-5890-2.
- Lussier, R. N. – Achua, Ch. F. Leadership : Theory, Application & Skill Development. 6th Edition. Boston : Cengage Learning, 2018. 496 s. ISBN 978-1-285-8663-52.

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Organizačné správanie – podstata organizačného správania.

2. Jednotlivec v organizácii – osobnosť človeka z hľadiska nárokov jeho pracovného uplatnenia. Kompetencie znalostného pracovníka.
3. Pracovné skupiny a pracovné tímy v organizácii. Efektívnosť tímovej práce.
4. Vedenie. Štýly vedenia. Globálni manažéri. Alternatívy k vedeniu.
5. Pracovná motivácia. Manažment talentov.
6. Moc, vplyv, autorita.
7. Delegovanie a participácia. Rozhodovanie.
8. Koučing.
9. Organizačná kultúra.
10. Riadenie znalostí.
11. Organizačný dizajn. Digitalizácia a automatizácia práce. Virtuálna organizácia.
12. Manažment organizačnej dynamiky.
13. Medzinárodné dimenzie štúdia organizačného správania.

Cvičenia:

1. Úvodné cvičenie, podmienky na absolvovanie cvičení. Obsah organizačného správania.
2. Aplikácia organizačného správania. Osobnosť v organizácii.
3. Tvorba pracovných skupín a tímov, organizácia práce a efektívnosť skupiny – rolová hra.
4. Voľba štýlov vedenia pre konkrétne podmienky – tímová práca.
5. Osobitosti motivácie talentov v organizácii – prípadová štúdia, práca v tíme.
6. Klasifikácia druhov moci a ich analýza uplatňovania v praxi – modelové situácie.
7. Modelové situácie zamerané na delegovanie, participáciu, rozhodovanie.
8. Koučing – rolová hra.
9. Semestrálny test.
10. Prvky organizačnej kultúry – prípadová štúdia.
11. Riadenie znalostí – tímová práca. Virtuálna organizácia – prípadová štúdia.
12. Organizačná dynamika – diskusia.
13. Zhodnotenie práce študentov počas semestra.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

N/A

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: doc. Ing. Cecília Olexová, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 19.12.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KEM PHF/ PPEM22608/22	Názov predmetu: Environmental Economics
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: individuálna práca, prebežné úlohy - zadania v v e-learningovom kurze, písomná skúška /test v e-learningovom kurze/ Hodnotenie pozostáva z nasledujúcich častí: 20 % - aktivity v e-learningovom kurze - online forma podľa úloh v e-learningovom kurze, 20 % - hodnotenie semestrálnej práce - splnením aktivity v e-learningom kurze - online forma podľa úloh v e-learningovom kurze, 60 % - písomná skúška - test /v e-learningovom kurze/	
Pracovné zaťaženie študenta: účasť na prednáškach: 26 hod. účasť na cvičeniach: 26 hod. príprava na cvičenia: 13 hod. príprava semestrálnej práce: 13 hod. príprava na skúšku: 26 hod. Spolu: 104 hod.	
Výsledky vzdelávania: Predmet sa zaoberá definovaním vzťahov medzi človekom a životným prostredím (ŽP), chápaním životného prostredia ako aktíva, kritériami efektívnosti využívania životného prostredia,. Pojednáva o vplyvoch jednotlivých činností na prostredia a vymedzuje vplyv podniku na prostredie. Ďalej sa zaoberá koncepciou udržateľného rozvoja, dôsledkami znehodnocovania životného prostredia, ich kvantifikáciou, ekonomickými nástrojmi environmentálnej politiky pre jednotlivé zložky prostredia. Pojednáme aj o zodpovednosti subjektov pri porušovaní ochrany životného prostredia. Zameriame sa najmä na finančno-ekonomické aspekty riešenej problematiky a ekonomické súvislosti environmentálnej regulácie. Vedomosti: ovládanie teoretického aparátu skúmania ekonómie životného prostredia, vedomosti o racionálnom využívaní prírodných zdrojov, vedomosti o hodnotení prístupov ku kvalite života pomocou environmentálnych indikátorov, vedomosti o vplyve výroby a spotreby na prostredie,	

vedomosti o platbách za užívanie zdrojov a za znečisťovanie prostredia,
vedomosti o nástrojov environmentálnej politiky ich využívaní v podmienkach SR a EÚ,
vedomosti o možnostiach financovania environmentálnych aktivít z verejných zdrojov,
schopnosť porozumenia a vysvetlenia aktuálnych environmentálnych problémov.

Zručnosti:

orientácia sa v štruktúre nástrojov environmentálnej politiky, v možnostiach financovania environmentálnych aktivít, orientácia v postavení a dopadoch jednotlivých odvetví a činností na životné prostredie, prístup k zdrojom informácii z databáz enviroportal, EEA, OECD, UN, orientácia v environmentálnych databázach SR, EÚ, databázach a reportoch UN, indexoch merania environmentálnej výkonnosti krajín.

Kompetentnosti:

Študent získa nevyhnutné znalosti o vplyvoch jednotlivých hospodárskych činností na prostredie a je spôsobilý využiť poznatky o ekonomických nástrojoch environmentálnej politiky.

Študent aplikuje získané teoretické poznatky na riešenie konkrétnych úloh.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

Súčasný stav a tendencia vývoja prírodných zdrojov vo svete, vzťah hodnota a cena, základné východiská oceňovania zdrojov prírody.

Vzťahy medzi človekom a ŽP, ekonomický systém a prírodný systém, reprodukčný proces a jeho vplyv na prostredie.

Základné pojmy a ich charakteristika v oblasti ekonómie životného prostredia.

Znehodnocovanie ŽP a jeho dôsledky, etapy vývoja a dopady výroby a spotreby na prostredie.

Kvalita života. Merateľné ukazovatele. EPI index.

Externality pri exploatacii ŽP, optimum kvality životného prostredia na makro a mikro úrovni.

Nástroje environmentálnej politiky – normatívne a voľné.

Nástroje environmentálnej politiky – priame a nepriame nástroje. Ekonomické nástroje

Prístupy podniku k ochrane prostredia, vývoj prístupov, technické a netechnické prístupy.

Dobrovoľné nástroje environmentálnej politiky.

Ekonomické nástroje v environmentálnej politike SR – vybraná zložka prostredia (voda, pôda).

Ekonomické nástroje v environmentálnej politike SR – vybraná zložka prostredia (ovzdušie, obchodovanie s emisnými právami a povoleniami).

Kvantifikácia ekonomických škôd na ŽP – vybraný problém, metódy, techniky kvantifikácie vplyvov pri vybraných zložkách prostredia.

Možnosti financovania environmentálnych projektov. Vybrané aspekty riešenej problematiky.

Environmentálna podniková ekonomika

Semináre:

Súčasný stav a tendencia vývoja cien vybraných prírodných zdrojov (ropa, uhlie, zemný plyn, energia).

Príčiny a dôsledky negatívneho vývoja vzťahov v ŽP. Vzťahy medzi človekom a ŽP.

Enviroportál – informácie o životnom prostredí. Informačné systémy. Indikátory.

Kvalita života, ekonomické a environmentálne ukazovatele.

Vplyv výroby a spotreby na prostredie. Vplyv priemyslu na životné prostredie. Vplyv poľnohospodárstva na životné prostredie.

Vplyv energetiky na životné prostredie. Vplyv dopravy na životné prostredie. Vplyv cestovného ruchu na životné prostredie.

Stav zložiek ŽP v SR a problémové oblasti. Environmentálna regionalizácia SR.

Ekonomické nástroje v environmentálnej politike SR pri ochrane ovzdušia.

Ekonomické nástroje v environmentálnej politike SR vo vodnom hospodárstve.

Ekonomické nástroje v environmentálnej politike SR pri ochrane pôdy a v obehovom hospodárstve.

Možnosti financovania environmentálnych aktivít z verejných zdrojov.

Vybrané nástroje financovania v environmentálnej oblasti na úrovni podnikov.
Aktuálne problémy v životnom prostredí a možnosti ich riešenia.

Odporúčaná literatúra:

ŠAUER, P. 2013. Visegrad countries : environmental problems and policies. Praha : CENIA 2013, ISBN 978-80-85087-16-1.
TIETENBERG, Tom; LEWIS, Lynne. Environmental and natural resource economics. Routledge, USA 2018. 586 p., ISBN 9781138632295
CHARLES D. KOLSTAD. 2009. Environmental Economics. International Edition. New York, Oxford: OXFORD UNIVERSITY PRESS, ISBN 978-0-19-539255-5.
BLESCHWITZ, R. et al. 2004. Eco-Efficiency, Regulation and Sustainable Business. Cheltenham : Edward Elgar, 2004. 228 s. ISBN 978-18-4376-687-2.
Global Green New Deal. UNEP, 2009. 155 pp.
UNDESA, 2012a. A guidebook to the Green economy. Issue 1: Green economy, Green growth, and Low-Carbon development – history, definitions and a guide to recent publication. UNDESA, 2012, 65 pp.
UNDESA, 2012b. A guidebook to the Green economy. Issue 2: Exploring green economy principles. UNDESA, 2012, 24 pp

Sylabus predmetu:

Prednášky:

Súčasný stav a tendencia vývoja prírodných zdrojov vo svete, vzťah hodnota a cena, základné východiská oceňovania zdrojov prírody.
Vzťahy medzi človekom a ŽP, ekonomický systém a prírodný systém, reprodukčný proces a jeho vplyv na prostredie.
Základné pojmy a ich charakteristika v oblasti ekonómie životného prostredia.
Znehodnocovanie ŽP a jeho dôsledky, etapy vývoja a dopady výroby a spotreby na prostredie.
Kvalita života. Merateľné ukazovatele. EPI index.
Externality pri exploatacii ŽP, optimum kvality životného prostredia na makro a mikro úrovni.
Nástroje environmentálnej politiky – normatívne a voľné.
Nástroje environmentálnej politiky – priame a nepriame nástroje. Ekonomické nástroje
Prístupy podniku k ochrane prostredia, vývoj prístupov, technické a netechnické prístupy.
Dobrovoľné nástroje environmentálnej politiky.
Ekonomické nástroje v environmentálnej politike SR – vybraná zložka prostredia (voda, pôda).
Ekonomické nástroje v environmentálnej politike SR – vybraná zložka prostredia (ovzdušie, obchodovanie s emisnými právami a povoleniami).
Kvantifikácia ekonomických škôd na ŽP – vybraný problém, metódy, techniky kvantifikácie vplyvov pri vybraných zložkách prostredia.
Možnosti financovania environmentálnych projektov. Vybrané aspekty riešenej problematiky.
Environmentálna podniková ekonomika
Semináre:
Súčasný stav a tendencia vývoja cien vybraných prírodných zdrojov (ropa, uhlie, zemný plyn, energia).
Príčiny a dôsledky negatívneho vývoja vzťahov v ŽP. Vzťahy medzi človekom a ŽP.
Enviroportál – informácie o životnom prostredí. Informačné systémy. Indikátory.
Kvalita života, ekonomické a environmentálne ukazovatele.
Vplyv výroby a spotreby na prostredie. Vplyv priemyslu na životné prostredie. Vplyv poľnohospodárstva na životné prostredie.
Vplyv energetiky na životné prostredie. Vplyv dopravy na životné prostredie. Vplyv cestovného ruchu na životné prostredie.
Stav zložiek ŽP v SR a problémové oblasti. Environmentálna regionalizácia SR.

Ekonomické nástroje v environmentálnej politike SR pri ochrane ovzdušia.
Ekonomické nástroje v environmentálnej politike SR vo vodnom hospodárstve.
Ekonomické nástroje v environmentálnej politike SR pri ochrane pôdy a v obehovom hospodárstve.
Možnosti financovania environmentálnych aktivít z verejných zdrojov.
Vybrané nástroje financovania v environmentálnej oblasti na úrovni podnikov.
Aktuálne problémy v životnom prostredí a možnosti ich riešenia.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: doc. Ing. Michal Stričík, PhD., Ing. Pavol Andrejovský, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 22.02.2023

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KEM PHF/ PPEM22609/22	Názov predmetu: Forensic Accounting
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: skupinová aktivita na cvičeniach, priebežné písomky písomná skúška Priebežné hodnotenie 40 %: · skupinová aktivita na cvičeniach – 10 % · priebežné písomky – 30 % Záverečné hodnotenie: · písomná skúška – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: · účasť na prednáškach – 26 hod. · účasť na cvičeniach – 26 hod. · príprava na cvičenia – 7 hod. · príprava na priebežné písomky – 15 hod. · príprava na písomnú skúšku – 30 hod. Spolu: 104 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť študentom základ pre pochopenie úlohy forenzného účtovníctva v ekonomickom rozhodovaní, finančnom výkazníctve a vyšetrovacích procesoch. V rámci predmetu študenti získajú základné informácie z oblastí identifikovania, analyzovania a kvalifikovania zavádzajúcich tendencií v účtovníctve. Predmet ponúkne vedomosti pre pochopenie rôznych možností neetického využívania účtovníctva z rôznych dôvodov a motívov. Okrem toho predmet kombinuje tradičné (legálne) a zavádzajúce účtovné postupy, prezentuje schémy zavádzajúcich postupov, ich prejavy vo výkazoch účtovnej závierky a v nadväznosti na to aj proces vyšetrovania podozrivých praktík s uvedením analytických metód a postupov. Predmet formuje etické vnímanie študentov a zodpovednosť za precízne vykonávanie praxe ekonóma – účtovníka. Vedomosti: · poznať základné kategórie forenzného účtovníctva s vytvorením predpokladov pre ich možné následné detailnejšie rozvíjanie v rámci hlbšieho štúdia forenzných disciplín, · pochopiť vzájomné vzťahy elementov kontextu zavádzania v účtovníctve,	

- poznať povahu podvodov a možnosti ich prevencie,
- orientovať sa v bežných schémach zavádzajúcich účtovných postupov, ktoré majú vplyv na finančné výkazy,
- porozumieť princípom a základným forezným účtovníckym analýzám,
- pochopiť základné vyšetrovacie postupy vo foreznom účtovníctve,
- osvojiť si etické princípy pri riešení etických konfliktov.

Zručnosti:

- analyzovať základné súvislosti vo foreznom účtovníctve,
- analyzovať výkazy účtovnej závierky so zámerom identifikovať zavádzajúce praktiky,
- rozpoznať potenciálne podvodné situácie,
- kriticky vyhodnocovať príčiny, okolnosti a dôsledky pochybných postupov v účtovníctve,
- aplikovať základné koncepty forezného účtovníctva v praxi,
- rozvíjať zvedavosť pri odhaľovaní neobvyklých javov a ich príčin,
- skúmať detaily v účtovníctve,
- aplikovať etické prístupy v praxi účtovných odborníkov.

Kompetentnosti:

- schopnosť rozhodovať a kriticky myslieť v súvislosti s etickými dilemami v rámci účtovníctva,
- realizovať tímovú spoluprácu pri zvládaní výziev súvisiacich s metódami a procesmi forezného účtovníctva,
- schopnosť dosiahnuť osobnú integritu v rozlišovaní akceptovateľných a neakceptovateľných postupov v účtovníctve.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Podstata forezného účtovníctva. História a dôvody.
2. Kreativita a podvod vo finančnom vykazovaní.
3. Praktiky skresľovania účtovných údajov.
4. Anatómia zavádzajúcich účtovných postupov – aktíva, pasíva.
5. Anatómia zavádzajúcich účtovných postupov – náklady, výnosy.
6. Výkazy účtovnej závierky – red flags.
7. Kvantitatívne metódy detekcie skresľovania údajov.
8. Kvalitatívne metódy detekcie skresľovania údajov.
9. Proces vyšetrovania zavádzania v účtovníctve.
10. Metódy a techniky vyšetrovania zavádzania v účtovníctve.
11. Ekonomické, právne a psychologické aspekty podvodu. Trojuholník podvodu – príležitosť, motivácia, racionalizácia.
12. Prevencia podvodného konania vo finančnom vykazovaní. Etika účtovníctva.
13. Ekonomické dopady podvodného konania vo finančnom vykazovaní – pohľad experta z praxe.

Cvičenia:

1. Úvodné cvičenie. Syllabus predmetu, požiadavky na splnenie podmienok aktívnej formy výučby.
- Zhrnutie základných vedomostí z účtovníctva.
2. Účtovné škandály – diskusia.
3. Účtovná závierka – analýza výkazov účtovnej závierky.
4. Manipulácia účtovných údajov – vybrané účtovné postupy – aktíva, pasíva.
5. Manipulácia účtovných údajov – vybrané účtovné postupy – náklady, výnosy.
6. Evalvácia účtovných závierok - prípadové štúdie. Priebežná písomka.
7. Kvantitatívne metódy detekcie skresľovania údajov – prípadová štúdia.
8. Kvalitatívne metódy detekcie skresľovania údajov – prípadová štúdia.
9. Proces vyšetrovania zavádzania v účtovníctve – modelové situácie.
10. Aplikácia metód a techník vyšetrovania zavádzania v účtovníctve.
11. Testovanie kvality účtovných závierok.

12. Aktuálna situácia v ekonomickom prostredí ako príležitosť k využívaniu zavádzajúcich praktík v účtovníctve. Priebežná písomka.
13. Efektívny kontrolný systém v podnikoch – diskusia.

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

1. CRUMBLY, D. L. et al. Forensic and Investigative Accounting. 9th Edition. CCH Inc., 2019. 872 p. ISBN 978-08-0805-322-4.

Doplňujúca literatúra:

2. CALIVINSON-ASHLEY, D. Forensic Accounting and Fraud Investigation: A Guide to the Profession. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. 528 p. ISBN 978-15-3740-074-7.

3. CHEW, B. L. Forensic Accounting and Finance: Principles and Practice. Kogan Page, 2017. 288 p. ISBN 978-07-4947-999-2.

4. CRAIN, M. A. et al. Essentials of Forensic Accounting. 2nd Edition. John Wiley and Sons, 2019. 640 p. ISBN 978-1-94830-644-7.

5. Aktuálne vedecké a odborné články zaoberajúce sa súčasnými problémami z forenzného účtovníctva.

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Podstata forenzného účtovníctva. História a dôvody.
2. Kreativita a podvod vo finančnom vykazovaní.
3. Praktiky skresľovania účtovných údajov.
4. Anatómia zavádzajúcich účtovných postupov – aktíva, pasíva.
5. Anatómia zavádzajúcich účtovných postupov – náklady, výnosy.
6. Výkazy účtovnej závierky – red flags.
7. Kvantitatívne metódy detekcie skresľovania údajov.
8. Kvalitatívne metódy detekcie skresľovania údajov.
9. Proces vyšetrovania zavádzania v účtovníctve.
10. Metódy a techniky vyšetrovania zavádzania v účtovníctve.
11. Ekonomické, právne a psychologické aspekty podvodu. Trojuholník podvodu – príležitosť, motivácia, racionalizácia.
12. Prevencia podvodného konania vo finančnom vykazovaní. Etika účtovníctva.
13. Ekonomické dopady podvodného konania vo finančnom vykazovaní – pohľad experta z praxe.

Cvičenia:

1. Úvodné cvičenie. Sylabus predmetu, požiadavky na splnenie podmienok aktívnej formy výučby. Zhrnutie základných vedomostí z účtovníctva.
2. Účtovné škandály – diskusia.
3. Účtovná závierka – analýza výkazov účtovnej závierky.
4. Manipulácia účtovných údajov – vybrané účtovné postupy – aktíva, pasíva.
5. Manipulácia účtovných údajov – vybrané účtovné postupy – náklady, výnosy.
6. Evalvácia účtovných závierok - prípadové štúdie. Priebežná písomka.
7. Kvantitatívne metódy detekcie skresľovania údajov – prípadová štúdia.
8. Kvalitatívne metódy detekcie skresľovania údajov – prípadová štúdia.
9. Proces vyšetrovania zavádzania v účtovníctve – modelové situácie.
10. Aplikácia metód a techník vyšetrovania zavádzania v účtovníctve.
11. Testovanie kvality účtovných závierok.
12. Aktuálna situácia v ekonomickom prostredí ako príležitosť k využívaniu zavádzajúcich praktík

v účtovníctve. Priebežná písomka.

13. Efektívny kontrolný systém v podnikoch – diskusia.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: doc. Ing. Jozefína Hvastová, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 05.04.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KEM PHF/ PPEM22610/22	Názov predmetu: Seminar for Final Thesis 1
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatná práca – spracovanie projektu záverečnej práce- 35 % samostatná práca – spracovanie literárnej rešerše k danej téme záverečnej práce - 65 % Spolu za semester 100 % Záverečné hodnotenie: zápočet, na získanie zápočtu je potrebné získať aspoň 51%.	
Pracovné zaťaženie študenta: účasť na seminároch (konzultáciách) - 26 hod. ostatné aktivity – štúdium literatúry, príprava podkladov k záverečnej práci, - 26 hod. Spolu: 52 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť študentom poznatky zo základov vedeckej práce a tvorby odborných prác a oboznámiť ich so základnými požiadavkami kladenými na záverečnú prácu v podmienkach univerzity. Zámerom je takisto naučiť študentov riešiť odborné a výskumné problémy z oblasti podnikovej ekonomiky a manažmentu s využitím dostupných informačných zdrojov, naformulovať výskumný zámer záverečnej práce a zovšeobecňovať získané poznatky. Vedomosti: o postupe riešenia odborných a výskumných problémov z oblasti podnikovej ekonomiky a manažmentu, o základných dokumentoch upravujúcich vypracovanie záverečnej práce, o postupoch a požiadavkách na odovzdanie práce, kontrole jej originality, súhlase s jej sprístupnením a obhajobe. Kompetentnosti: samostatný a tvorivý prístup k riešeniu ekonomických a manažérskych problémov, zodpovednosť za dodržiavanie príslušnej legislatívy, interných predpisov, zodpovednosť za rešpektovanie zaužívaných etických princípov vedeckej práce. Zručnosti: formulácia hlavného cieľa a čiastkových cieľov záverečnej práce, schopnosť získavať potrebné informácie z dostupných zdrojov, spracovanie podkladov k záverečnej práci a literárnej rešerše, prezentácia výsledkov záverečnej práce.	

Stručná osnova predmetu:

Semináre:

Základné požiadavky kladené na záverečnú prácu v príslušných dokumentoch univerzity. Zadanie záverečnej práce. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí. Literárna rešerš. Internetové informačné pramene (vedecké databázy, štatistické databázy). Vyhľadávanie a využívanie informačných prameňov. Spracovanie literárnej rešerše. Citácie podľa STN ISO 690 a možnosti citovania. Objekt, predmet a ciele záverečnej práce. Systém metód a metodika záverečnej práce. Hodnotenie vedúceho a oponenta záverečnej práce. Metodika obhajoby záverečnej práce. Prezentácia študenta počas obhajoby záverečnej práce.

Odporúčaná literatúra:

ADAMS, J.- HAFIZ, T. A. – KHAN, R. R. 2014. Research Methods for Business and Social Science Students. New Delhi : SAGE Publications India, 2014. ISBN 9788132119814.
BRYNMAN, A. - BELL, E. 2015. Business Research Methods. Oxford : Oxford University Press, 2015. ISBN 978-0-19-966864-9.
GHAURI, P. N. – GRØNH AUG, K. 2005. Research Methods in Business Studies: A Practical Guide. Harlow : Pearson Education, 2005. ISBN 0273-68156-7.
LEE, B. - SAUNDERS, M. 2017. Conducting Case Study Research for Business and Management Students. London : SAGE Publications, 2017. ISBN 978-1-44627-416-3.
SAUNDERS, M. –LEWIS, P. – THORNHILL, A. 2019. Research methods for business students. Eight edition. Harlow : Pearson, 2019. ISBN 9781292208787.

Sylabus predmetu:

Semináre:

Základné požiadavky kladené na záverečnú prácu v príslušných dokumentoch univerzity. Zadanie záverečnej práce. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí. Literárna rešerš. Internetové informačné pramene (vedecké databázy, štatistické databázy). Vyhľadávanie a využívanie informačných prameňov. Spracovanie literárnej rešerše. Citácie podľa STN ISO 690 a možnosti citovania. Objekt, predmet a ciele záverečnej práce. Systém metód a metodika záverečnej práce. Hodnotenie vedúceho a oponenta záverečnej práce. Metodika obhajoby záverečnej práce. Prezentácia študenta počas obhajoby záverečnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 0

NZ	Z
0.0	0.0

Vyučujúci:**Dátum schválenia:** 19.07.2022**Dátum poslednej zmeny:** 24.01.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KEM PHF/ PPEM22611/22	Názov predmetu: Seminar for Final Thesis 2
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatná práca - spracovanie podkladov pre záverečnú prácu (45%) samostatná práca - spracovanie literárnej rešerše (40%) prezentácia výsledkov záverečnej práce (15%) Spolu za semester 100 %	
Pracovné zaťaženie študenta: účasť na seminároch - 26 hod. ostatné aktivity – štúdium literatúry, príprava podkladov pre záverečnú prácu, domáce úlohy a príklady, príprava na vyučovanie, spracovanie literárnej rešerše a príprava na prezentáciu výsledkov práce - 26 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je: oboznámiť študentov so základnými požiadavkami na záverečnú prácu v podmienkach vysokej školy, poskytnúť študentom poznatky o orientácii v dostupných globálnych databázach poznatkov z oblasti ekonomiky a manažmentu, poskytovať poznatky o formulovaní a riešení odborných a výskumných problémov v oblasti podnikovej ekonomiky a manažmentu naučiť študentov formulovať výskumné zámery záverečnej práce, pracovať s dátovými databázami a zovšeobecňovať poznatky vedy. Vedomosti: o procese tvorby výskumných a záverečných prác, o základných dokumentoch upravujúcich vypracovanie záverečnej práce, o postupoch a náležitostiach odovzdania práce, o kontrole jej originality, súhlase s jej sprístupnením a obhajobe. kompetencie: samostatný a tvorivý prístup k riešeniu ekonomických problémov, zodpovednosť za dodržiavanie príslušnej legislatívy, interných predpisov, zodpovednosť za rešpektovanie zaužívaných etických princípov vedeckej práce. Zručnosti:	

formulácia výskumného problému, hypotéz a cieľov záverečnej práce,
orientovať sa v celosvetovo dostupných informačných databázach,
pripraviť podklady pre záverečnú prácu,
prezentácia výsledkov záverečnej práce.

Stručná osnova predmetu:

Semináre:

Nadobúdanie poznatkov zo základnej a odporúčanej literatúry podľa zadania záverečnej práce. Selekcia vhodných záverov použiteľných v rámci riešenia témy záverečnej práce. Rukopis poznatkovej časti záverečnej práce s dôrazom na sledovanie jej cieľa. Rozpracovanie čiastkových cieľov záverečnej práce na riešenie hlavného cieľa. Formulovanie výskumných problémov, prípadne aj pracovných hypotéz. Charakteristika skúmaného objektu. Vypracovanie metodického postupu spracovania záverečnej práce. Zvolenie vhodných vedeckých metód v rámci analytickej a syntetickej časti práce. Stanovenie si časového harmonogramu prác na jednotlivých častiach záverečnej práce. Spracovanie jednotlivých kapitol záverečnej práce podľa metodických pokynov vedúceho záverečnej práce. Prístup k písaniu výsledkov. Vhodná diskusia k výsledkom záverečnej práce. Presvedčivé formulovanie záveru záverečnej práce.

Odporúčaná literatúra:

ADAMS, J.- HAFIZ, T. A. – KHAN, R. R. 2014. Research Methods for Business and Social Science Students. New Delhi : SAGE Publications India, 2014. ISBN 9788132119814.

BRYNMAN, A. - BELL, E. 2015. Business Research Methods. Oxford : Oxford University Press, 2015. ISBN 978-0-19-966864-9.

GHAURI, P. N. – GRØNHAUG, K. 2005. Research Methods in Business Studies: A Practical Guide. Harlow : Pearson Education, 2005. ISBN 0273-68156-7.

LEE, B. - SAUNDERS, M. 2017. Conducting Case Study Research for Business and Management Students. London : SAGE Publications, 2017. ISBN 978-1-44627-416-3.

SAUNDERS, M. –LEWIS, P. – THORNHILL, A. 2019. Research methods for business students. Eight edition. Harlow : Pearson, 2019. ISBN 9781292208787.

Aktuálne články z databázy SCOPUS, WOS, EBSCO.

Podnikové prípadové štúdie.

Sylabus predmetu:

Semináre:

Nadobúdanie poznatkov zo základnej a odporúčanej literatúry podľa zadania záverečnej práce. Selekcia vhodných záverov použiteľných v rámci riešenia témy záverečnej práce. Rukopis poznatkovej časti záverečnej práce s dôrazom na sledovanie jej cieľa. Rozpracovanie čiastkových cieľov záverečnej práce na riešenie hlavného cieľa. Formulovanie výskumných problémov, prípadne aj pracovných hypotéz. Charakteristika skúmaného objektu. Vypracovanie metodického postupu spracovania záverečnej práce. Zvolenie vhodných vedeckých metód v rámci analytickej a syntetickej časti práce. Stanovenie si časového harmonogramu prác na jednotlivých častiach záverečnej práce. Spracovanie jednotlivých kapitol záverečnej práce podľa metodických pokynov vedúceho záverečnej práce. Prístup k písaniu výsledkov. Vhodná diskusia k výsledkom záverečnej práce. Presvedčivé formulovanie záveru záverečnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

NZ	Z
0.0	0.0
Vyučujúci:	
Dátum schválenia: 19.07.2022	
Dátum poslednej zmeny: 24.01.2022	
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.	

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KFRP PHF/ PPF22118/22	Názov predmetu: Corporate Risk Management
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: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: priebežné písomné práce písomná skúška Priebežné hodnotenie: priebežné písomné práce - 40% (počet bodov spolu 40) Priebežné hodnotenie: min. 21 bodov (zo 40 bodov) Záverečné hodnotenie: písomná skúška - 60% (počet bodov spolu 60) Písomná skúška: min. počet 31 bodov (zo 60 bodov)	
Pracovné zaťaženie študenta: účasť na prednáškach – 26 hod. príprava na prednášky – 13 hod. účasť na cvičeniach – 26 hod. príprava na cvičenia – 13 hod. príprava na priebežné testy – 26 hod. príprava na záverečnú skúšku – 26 hod. Spolu: 130 hodín	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť študentom ucelenú koncepciu manažmentu rizika v podnikoch. Predmet poskytuje prehľad a výklad nástrojov k pochopeniu a ovládnutiu teoreticko-praktických vedomostí týkajúcich sa identifikácie, analýzy, merania a hodnotenia rizika. Predmet sa zaoberá aj otázkami voľby vhodných stratégií s využitím nových metód a nástrojov manažmentu rizika. Vedomosti: Absolvent získa vedomosti z manažmentu rizika v podniku. Bude oboznámený s vývojom koncepcií manažmentu rizika s metódami identifikácie a analýzy rizika, ako aj s modelmi na meranie rizika a hodnotenie rizika. S využitím prípadových štúdií porozumie základným stratégiám manažmentu rizika. Zručnosti: Absolvent bude schopný vytvárať ekonomické modely využitím tabuľkových procesorov. Aplikovať matematicko-štatistické nástroje do procesov podniku. Orientuje sa v teórii	

pravdepodobností a odhade neistoty. Bude schopných identifikovať, zmerať, posúdiť a manažovať portfólio rizík v podniku.

Kompetentnosti:

Absolvent bude ovládať zákonitosti tvorby ekonomických modelov obsahujúcich prvky neistoty a rizika. Osvojí si proces tvorby a vyhodnotenia ekonomických modelov a simulácií. Bude schopný poskytnúť riešenia týkajúce sa transferu, znižovania a odstraňovania rizík a ekonomických problémov.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Úvod do teórie pravdepodobnosti
2. Základné pojmy súvisiace s rizikom
3. Klasifikácia rizík
4. Identifikácia rizík v podniku
5. Analýza rizík
6. Hodnotenie rizika
7. Výber rizikových variantov
8. Manažérstvo rizika
9. Stromové diagramy
10. Expertné metódy posudzovania rizík
11. Simulácia Monte Carlo
12. Zaobchádzanie s rizikom
13. Iné metódy znižovania rizík

Cvičenia:

1. Úvod do teórie pravdepodobnosti. Klasická definícia pravdepodobnosti.
2. Pravdepodobnosť zložených javov. Prienik a zjednotenie pravdepodobnosti, Pravdepodobnosť závislých a nezávislých javov.
3. Podmienená pravdepodobnosť, Bayesova veta.
4. Diskrétna náhodná premenná. Diskrétna rozdelenia a ich aplikácia pri analýze rizika.
5. Spojitá náhodná premenná. Spojité rozdelenia a ich aplikácia pri analýze rizika.
6. Klasifikovaná písomka I.
7. Použitie MS Excel na ekonomické analýzy.
8. Tvorba modelov využitým MS Excel.
9. Analýza citlivosti s využitím MS Excel.
10. Tvorba scenárov využitím MS Excel.
11. Monte Carlo simulácia. Postup Monte Carlo simulácie. Monte Carlo simulácia v programe MS Excel.
12. Pravidlá rozhodovania v podmienkach rizika. Prípadová štúdia I: Hodnotenia rizika s využitím opisných charakteristík: percentily, medián, modus, šikmosť, špicatosť.
13. Klasifikovaná písomka II.

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

1. LEHMAN, Dale; GROENENDAAL, Huybert. Practical Spreadsheet Modeling Using@ Risk. CRC Press, 2019.
2. YOE, Charles. Principles of risk analysis: decision making under uncertainty (2 ed). CRC press, 2019.
3. POWELL, Stephen G.; BAKER, Kenneth R. Management science: The art of modeling with spreadsheets. Wiley, 2009.

Odporúčaná literatúra:

1. LEHMAN, Dale; GROENENDAAL, Huybert; NOLDER, Greg. Practical spreadsheet risk

modeling for management. CRC Press, 2011.

2. HOLDEN, Craig W. Spreadsheet modeling in corporate finance. Prentice Hall, 2002.

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Úvod do teórie pravdepodobnosti
2. Základné pojmy súvisiace s rizikom
3. Klasifikácia rizík
4. Identifikácia rizík v podniku
5. Analýza rizík
6. Hodnotenie rizika
7. Výber rizikových variantov
8. Manažerstvo rizika
9. Stromové diagramy
10. Expertné metódy posudzovania rizík
11. Simulácia Monte Carlo
12. Zaobchádzanie s rizikom
13. Iné metódy znižovania rizík

Cvičenia:

1. Úvod do teórie pravdepodobnosti. Klasická definícia pravdepodobnosti.
2. Pravdepodobnosť zložených javov. Prienik a zjednotenie pravdepodobnosti, Pravdepodobnosť závislých a nezávislých javov.
3. Podmienená pravdepodobnosť, Bayesova veta.
4. Diskrétna náhodná premenná. Diskrétna rozdelenia a ich aplikácia pri analýze rizika.
5. Spojitá náhodná premenná. Spojité rozdelenia a ich aplikácia pri analýze rizika.
6. Klasifikovaná písomka I.
7. Použitie MS Excel na ekonomické analýzy.
8. Tvorba modelov využitím MS Excel.
9. Analýza citlivosti s využitím MS Excel.
10. Tvorba scenárov využitím MS Excel.
11. Monte Carlo simulácia. Postup Monte Carlo simulácie. Monte Carlo simulácia v programe MS Excel.
12. Pravidlá rozhodovania v podmienkach rizika. Prípadová štúdia I: Hodnotenia rizika s využitím opisných charakteristík: percentily, medián, modus, šikmosť, špicatosť.
13. Klasifikovaná písomka II.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: doc. Ing. Michal Tkáč, PhD., MBA, Ing. Jozef Lukáč, PhD., Ing. Mariana Ivaničková, PhD., MBA

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 14.12.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KFRP PHF/ PPF22158/22	Názov predmetu: Purchasing and Supply Management 4.0
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: II.	
Podmieňujúce predmety: KOP PHF/PPO22361/22-Purchasing and Sale	
Podmienky na absolvovanie predmetu: priebežná písomná práca písomná skúška Priebežné hodnotenie: priebežná písomná práca 40% (počet bodov spolu 40) priebežné hodnotenie: min. 21 bodov (z 40 bodov) Záverečné hodnotenie: písomná skúška 60% – 60 bodov písomná skúška – min. počet 31 bodov	
Pracovné zaťaženie študenta: 26 hod. účasť na prednáškach 26 hod. účasť na cvičeniach 26 hod. príprava na cvičenia 30 hod. príprava na semestrálne testy 22 hod. príprava na skúšku Spolu: 130 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom tohto modulového kurzu pre nákup a riadenie dodávateľského reťazca (PSM) v ére Priemyslu 4.0 je zabezpečiť, aby jednotliví študenti mali potrebné vedomosti a tak mohli nastúpiť do ľubovoľného oddelenia PSM akejkolvek veľkej organizácie a boli pripravený reagovať na rôzne aspekty, ktorým bude nákup čeliť v (blízkej) budúcnosti. Predmet poskytuje príležitosti nato aby jednotliví študenti mali potrebné zručnosti a kompetencie na zlepšenie ich konkurencieschopnosti na trhu práce dnes a v budúcnosti a taktiež si kladie za úlohu z dlhodobého hľadiska rozvíjať ich profesionálne ako aj osobnostné schopnosti. Zvýšenie počtu vysoko kvalifikovaných študentov v oblasti PSM podporí vývoj rôznych riešení pre dodávateľské reťazce, logistiku, financie a všeobecne podnikateľské prostredie. Vedomosti: Porozumenie odvetviu 4.0 a strategickému digitálnemu vodcovstvu Porozumenie požiadavkám na dodávky pomocou dát a technológií	

Porozumenie metódam a postupom získavania zdrojov, hodnotenia a výber dodávateľov v digitálnom veku

Pokročilá automatizácia v operatívnom obstarávaní

Kompetencie:

Strategické riadenie nákupu a riadenie dodávateľského reťazca

Analýza údajov pre nákup a riadenie dodávateľského reťazca

Robotická automatizácia procesov nákupu a riadenia dodávateľských reťazcov

Riadenie sietí nákupcov a dodávateľov

Hodnotiť a vybrať dodávateľov v digitálnom veku

Implementovanie technológií elektronického obstarávania

navrhnutie metód monitoringu a kontroingu podnikateľských procesov

Zručnosť:

Navrhovať a využívať automatizáciu v prostredí nákupu a riadenia dodávateľských reťazcov.

Implementovať nástroje a techniky Industry 4.0 v prostredí nákupu a riadenia dodávateľských reťazcov

Analyzovať údaje na podporu rozhodovania nákupu a riadenia dodávateľských reťazcov

Digitálne vyjednávanie

Využívanie technológií elektronického obstarávania eProcurement

zlepšovanie podnikových procesov

realizovanie auditov kvality

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Obstarávanie a nákup v podniku
2. Riadenie dodávateľského reťazca
3. Charakterizácia Priemyslu 4.0 z pohľadu PSM.
4. Modul I.: Strategické digitálne vedenie A.
5. Modul I.: Strategické digitálne vedenie B.
6. Modul II.: Stanovenie požiadaviek na dodávateľov využívajúc dáta a technológie A.
7. Modul II.: Stanovenie požiadaviek na dodávateľov využívajúc dáta a technológie B.
8. Modul III.: Zabezpečovanie zdrojov a hodnotenie dodávateľov v digitálnom veku A.
9. Modul III.: Zabezpečovanie zdrojov a hodnotenie dodávateľov v digitálnom veku B.
10. Modul IV.: Výber dodávateľov A.
11. Modul IV.: Výber dodávateľov B.
12. Modul V.: Pokročilá automatizácia v operatívnom obstarávaní A.
13. Modul V.: Pokročilá automatizácia v operatívnom obstarávaní B.

Cvičenia:

1. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s nákupom a riadením dodávateľského reťazca
2. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Priemyslom 4.0 z pohľadu PSM.
3. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul I.: Strategické digitálne vedenie A.
4. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul I.: Strategické digitálne vedenie B.
5. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul II.: Stanovenie požiadaviek na dodávateľov využívajúc dáta a technológie A.
6. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul II.: Stanovenie požiadaviek na dodávateľov využívajúc dáta a technológie B.
7. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul III.: Zabezpečovanie zdrojov a hodnotenie dodávateľov v digitálnom veku A.
8. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul III.: Zabezpečovanie zdrojov a hodnotenie dodávateľov v digitálnom veku B.
9. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul IV.: Výber dodávateľov A.
10. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul IV.: Výber dodávateľov B.

11. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul V.: Pokročilá automatizácia v operatívnom obstarávaní A.
12. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul V.: Pokročilá automatizácia v operatívnom obstarávaní B.
13. Priebežné hodnotenie

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

1. NICOLETTI, Bernardo, et al. Procurement 4.0 and the Fourth Industrial Revolution. Springer Books, 2020.
2. ZIJM, Henk, et al. (ed.). Operations, logistics and supply chain management. Berlin: Springer, 2019.
3. V. Zeimpekis, E. Aktas, M. Bourlakis, I. Minis (eds.), Supply Chain 4.0: Improving Supply Chains with Analytics and Industry 4.0 Technologies, Kogan Page Publications, UK, ISBN: 978-1789660753

Odporúčaná literatúra:

1. BIENHAUS, Florian; HADDUD, Abubaker. Procurement 4.0: factors influencing the digitisation of procurement and supply chains. Business Process Management Journal, 2018.
2. BAG, Surajit, et al. Procurement 4.0 and its implications on business process performance in a circular economy. Resources, conservation and recycling, 2020, 152: 104502.

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Obstarávanie a nákup v podniku
2. Riadenie dodávateľského reťazca
3. Charakterizácia Priemyslu 4.0 z pohľadu PSM.
4. Modul I.: Strategické digitálne vedenie A.
5. Modul I.: Strategické digitálne vedenie B.
6. Modul II.: Stanovenie požiadaviek na dodávateľov využívajúc dáta a technológie A.
7. Modul II.: Stanovenie požiadaviek na dodávateľov využívajúc dáta a technológie B.
8. Modul III.: Zabezpečovanie zdrojov a hodnotenie dodávateľov v digitálnom veku A.
9. Modul III.: Zabezpečovanie zdrojov a hodnotenie dodávateľov v digitálnom veku B.
10. Modul IV.: Výber dodávateľov A.
11. Modul IV.: Výber dodávateľov B.
12. Modul V.: Pokročilá automatizácia v operatívnom obstarávaní A.
13. Modul V.: Pokročilá automatizácia v operatívnom obstarávaní B.

Cvičenia:

1. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s nákupom a riadením dodávateľského reťazca
2. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Priemyslom 4.0 z pohľadu PSM.
3. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul I.: Strategické digitálne vedenie A.
4. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul I.: Strategické digitálne vedenie B.
5. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul II.: Stanovenie požiadaviek na dodávateľov využívajúc dáta a technológie A.
6. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul II.: Stanovenie požiadaviek na dodávateľov využívajúc dáta a technológie B.
7. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul III.: Zabezpečovanie zdrojov a hodnotenie dodávateľov v digitálnom veku A.
8. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul III.: Zabezpečovanie zdrojov a hodnotenie dodávateľov v digitálnom veku B.
9. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul IV.: Výber dodávateľov A.
10. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul IV.: Výber dodávateľov B.

11. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul V.: Pokročilá automatizácia v operatívnom obstarávaní A.
12. Vybrané prípadové štúdie a príklady súvisiace s Modul V.: Pokročilá automatizácia v operatívnom obstarávaní B.
13. Priebežné hodnotenie

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
anglický

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: doc. Ing. Michal Tkáč, PhD., MBA, Ing. Stanislav Rudý

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 14.12.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KFRP PHF/ PPF22178/22	Názov predmetu: Expertise
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie (semestrálna práca vo forme znaleckého posudku): 40 b (40 %) Záverečné písomné hodnotenie (písomná skúška): 60 b (60 %) Ak študent nedosiahne v súčte minimálne 21 b, má nárok na opravné priebežné hodnotenie (opravné písomné priebežné hodnotenie vo forme vypracovania znaleckého posudku za 40 b z celého rozsahu výučby), pričom súčet bodov z opravného písomného priebežného hodnotenia) musí byť minimálne 21 b.	
Pracovné zaťaženie študenta: 104 hodín celkom, z toho: účasť na prednáškach – 26 hod. účasť na cvičeniach –26 hod. príprava na cvičenia – 26 hod. príprava na písomnú skúšku – 26 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je príprava študentov na samostatné praktické aplikovanie metód a postupov pri stanovení hodnoty podniku. Teoretické a praktické poznatky týkajúcich sa ako stanoviť hodnotu podniku. Vedomosti: Postavenie súdneho znelectva v podmienkach SR Odborné a metodické východiská súdneho znelectva v ekonomickej oblasti Legislatívne východiská Metódy ohodnocovania majetku Zručnosti: Stanovenie všeobecnej hodnoty podniku Stanovenie všeobecnej hodnoty jednotlivých zložiek majetku Postup súdnoznaleckého posudzovania Kompetentnosti: Vypracovanie znaleckého posudku Aplikácia vybranej metódy stanovenia jednotlivých druhov majetku	

Ohodnocovanie pohľadávok

Aplikácia metódy EVA v podmienkach podnikateľského subjektu v podmienkach Slovenskej republiky

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Znalectvo ako podsystem súdneho inžinierstva, znalectvo v SR.
2. Právne aspekty znaleckej činnosti.
3. Metodika znaleckého posudku.
4. Východiská a informačné zdroje pre stanovenie hodnoty podniku.
5. Finančný plán a znalecká činnosť.
6. Finančné analýza a znalecká činnosť.
7. Podnikové financie a znalecká činnosť.
8. Finančný manažment a znalecká činnosť.
9. Základné metódy stanovenia hodnoty podniku.
10. Výnosové metódy stanovenia hodnoty podniku.
11. Ostatné metódy stanovenia hodnoty podniku.
12. Ohodnocovanie finančných nástrojov a finančné riziká.
13. Znalecká činnosť ekonomických znaleckých odborov.

Cvičenia:

1. Znalectvo v SR.
2. Organizácia znaleckej činnosti.
3. Znalecké odbory a odvetvia.
4. Metodika a postup vypracovania znaleckého posudku.
5. Metódy stanovenia všeobecnej hodnoty majetku.
6. Metódy stanovenia všeobecnej hodnoty majetku.
7. Metódy stanovenia všeobecnej hodnoty majetku.
8. Metódy stanovenia všeobecnej hodnoty majetku.
9. Metódy stanovenia všeobecnej hodnoty majetku.
10. Praktické príklady – vypracovanie znaleckých posudkov, vyúčtovaní a znaleckého denníka.
11. Vypracovanie znaleckých posudkov, vyúčtovaní a znaleckého denníka.
12. Priebežné hodnotenie - Prezentácia vypracovaných znaleckých posudkov.
13. Priebežné hodnotenie - Prezentácia vypracovaných znaleckých posudkov.

Odporúčaná literatúra:

1. SCHMIDLIN, Nicolas. The Art of Company Valuation and Financial Statement Analysis: Value Investor's Guide with Real-life Case Studies. Chichester: Wiley, 2014, 250 s. Wiley Finance Series. ISBN 978-1-118-84309-3.
2. PARR, Russell L. Intellectual property: valuation, exploitation, and infringement damages. John Wiley & Sons, 2018. ISBN: 978-1-119-35623-3.
3. MELLEN, Chris M.; EVANS, Frank C. Valuation for M&A: Building and Measuring Private Company Value. John Wiley & Sons, 2018. I SBN: 978-1-119-43738-3.
1. Decree of the Ministry of Justice of the Slovak Republic, which implements Act no. 382/2004 Coll. on Experts, Interpreters and Translators and on Amendments to Certain Acts, as amended.
2. Decree no. 492/2004 Coll. - Decree of the Ministry of Justice of the Slovak Republic on determining the general value of property

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Znalectvo ako podsystem súdneho inžinierstva, znalectvo v SR.
2. Právne aspekty znaleckej činnosti.
3. Metodika znaleckého posudku.

4. Východiská a informačné zdroje pre stanovenie hodnoty podniku.
5. Finančný plán a znalecká činnosť.
6. Finančné analýza a znalecká činnosť.
7. Podnikové financie a znalecká činnosť.
8. Finančný manažment a znalecká činnosť.
9. Základné metódy stanovenia hodnoty podniku.
10. Výnosové metódy stanovenia hodnoty podniku.
11. Ostatné metódy stanovenia hodnoty podniku.
12. Ohodnocovanie finančných nástrojov a finančné riziká.
13. Znalecká činnosť ekonomických znaleckých odborov.

Cvičenia:

1. Znalectvo v SR.
2. Organizácia znaleckej činnosti.
3. Znalecké odbory a odvetvia.
4. Metodika a postup vypracovania znaleckého posudku.
5. Metódy stanovenia všeobecnej hodnoty majetku.
6. Metódy stanovenia všeobecnej hodnoty majetku.
7. Metódy stanovenia všeobecnej hodnoty majetku.
8. Metódy stanovenia všeobecnej hodnoty majetku.
9. Metódy stanovenia všeobecnej hodnoty majetku.
10. Praktické príklady – vypracovanie znaleckých posudkov, vyúčtovaní a znaleckého denníka.
11. Vypracovanie znaleckých posudkov, vyúčtovaní a znaleckého denníka.
12. Priebežné hodnotenie - Prezentácia vypracovaných znaleckých posudkov.
13. Priebežné hodnotenie - Prezentácia vypracovaných znaleckých posudkov.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
anglický

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: doc. Ing. Jana Simonidesová, PhD., Ing. Zuzana Kudlová, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 14.12.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KFRP PHF/ PPF22218/22	Názov predmetu: Seminar for Final Thesis 2
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatná práca - spracovanie podkladov pre záverečnú prácu (45%) samostatná práca - spracovanie literárnej rešerše (40%) prezentácia výsledkov záverečnej práce (15%) Spolu za semester 100 %	
Pracovné zaťaženie študenta: účasť na seminároch - 26 hod. ostatné aktivity – štúdium literatúry, príprava podkladov pre záverečnú prácu, domáce úlohy a príklady, príprava na vyučovanie, spracovanie literárnej rešerše a príprava na prezentáciu výsledkov práce - 26 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je: oboznámiť študentov so základnými požiadavkami na záverečnú prácu v podmienkach vysokej školy, poskytnúť študentom poznatky o orientácii v dostupných globálnych databázach poznatkov z oblasti ekonomiky a manažmentu, poskytovať poznatky o formulovaní a riešení odborných a výskumných problémov v oblasti podnikovej ekonomiky a manažmentu naučiť študentov formulovať výskumné zámery záverečnej práce, pracovať s dátovými databázami a zovšeobecňovať poznatky vedy. Vedomosti: o procese tvorby výskumných a záverečných prác, o základných dokumentoch upravujúcich vypracovanie záverečnej práce, o postupoch a náležitostiach odovzdania práce, o kontrole jej originality, súhlase s jej sprístupnením a obhajobe. kompetencie: samostatný a tvorivý prístup k riešeniu ekonomických problémov, zodpovednosť za dodržiavanie príslušnej legislatívy, interných predpisov, zodpovednosť za rešpektovanie zaužívaných etických princípov vedeckej práce. Zručnosti:	

formulácia výskumného problému, hypotéz a cieľov záverečnej práce,
orientovať sa v celosvetovo dostupných informačných databázach,
pripraviť podklady pre záverečnú prácu,
prezentácia výsledkov záverečnej práce.

Stručná osnova predmetu:

Semináre:

Nadobúdanie poznatkov zo základnej a odporúčanej literatúry podľa zadania záverečnej práce. Selekcia vhodných záverov použiteľných v rámci riešenia témy záverečnej práce. Rukopis poznatkovej časti záverečnej práce s dôrazom na sledovanie jej cieľa. Rozpracovanie čiastkových cieľov záverečnej práce na riešenie hlavného cieľa. Formulovanie výskumných problémov, prípadne aj pracovných hypotéz. Charakteristika skúmaného objektu. Vypracovanie metodického postupu spracovania záverečnej práce. Zvolenie vhodných vedeckých metód v rámci analytickej a syntetickej časti práce. Stanovenie si časového harmonogramu prác na jednotlivých častiach záverečnej práce. Spracovanie jednotlivých kapitol záverečnej práce podľa metodických pokynov vedúceho záverečnej práce. Prístup k písaniu výsledkov. Vhodná diskusia k výsledkom záverečnej práce. Presvedčivé formulovanie záveru záverečnej práce.

Odporúčaná literatúra:

ADAMS, J.- HAFIZ, T. A. – KHAN, R. R. 2014. Research Methods for Business and Social Science Students. New Delhi : SAGE Publications India, 2014. ISBN 9788132119814.

BRYNMAN, A. - BELL, E. 2015. Business Research Methods. Oxford : Oxford University Press, 2015. ISBN 978-0-19-966864-9.

GHAURI, P. N. – GRØNHAUG, K. 2005. Research Methods in Business Studies: A Practical Guide. Harlow : Pearson Education, 2005. ISBN 0273-68156-7.

LEE, B. - SAUNDERS, M. 2017. Conducting Case Study Research for Business and Management Students. London : SAGE Publications, 2017. ISBN 978-1-44627-416-3.

SAUNDERS, M. –LEWIS, P. – THORNHILL, A. 2019. Research methods for business students. Eight edition. Harlow : Pearson, 2019. ISBN 9781292208787.

Aktuálne články z databázy SCOPUS, WOS, EBSCO.

Podnikové prípadové štúdie.

Sylabus predmetu:

Semináre:

Nadobúdanie poznatkov zo základnej a odporúčanej literatúry podľa zadania záverečnej práce. Selekcia vhodných záverov použiteľných v rámci riešenia témy záverečnej práce. Rukopis poznatkovej časti záverečnej práce s dôrazom na sledovanie jej cieľa. Rozpracovanie čiastkových cieľov záverečnej práce na riešenie hlavného cieľa. Formulovanie výskumných problémov, prípadne aj pracovných hypotéz. Charakteristika skúmaného objektu. Vypracovanie metodického postupu spracovania záverečnej práce. Zvolenie vhodných vedeckých metód v rámci analytickej a syntetickej časti práce. Stanovenie si časového harmonogramu prác na jednotlivých častiach záverečnej práce. Spracovanie jednotlivých kapitol záverečnej práce podľa metodických pokynov vedúceho záverečnej práce. Prístup k písaniu výsledkov. Vhodná diskusia k výsledkom záverečnej práce. Presvedčivé formulovanie záveru záverečnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

NZ	Z
0.0	0.0
Vyučujúci:	
Dátum schválenia: 04.04.2022	
Dátum poslednej zmeny: 06.07.2022	
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.	

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KFRP PHF/ PPF22248/22	Názov predmetu: Seminar for Final Thesis 1
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatná práca – spracovanie projektu záverečnej práce- 35 % samostatná práca – spracovanie literárnej rešerše k danej téme záverečnej práce - 65 % Spolu za semester 100 % Záverečné hodnotenie: zápočet, na získanie zápočtu je potrebné získať aspoň 51%.	
Pracovné zaťaženie študenta: účasť na seminároch (konzultáciách) - 26 hod. ostatné aktivity – štúdium literatúry, príprava podkladov k záverečnej práci, - 26 hod. Spolu: 52 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť študentom poznatky zo základov vedeckej práce a tvorby odborných prác a oboznámiť ich so základnými požiadavkami kladenými na záverečnú prácu v podmienkach univerzity. Zámerom je takisto naučiť študentov riešiť odborné a výskumné problémy z oblasti podnikovej ekonomiky a manažmentu s využitím dostupných informačných zdrojov, naformulovať výskumný zámer záverečnej práce a zovšeobecňovať získané poznatky. Vedomosti: o postupe riešenia odborných a výskumných problémov z oblasti podnikovej ekonomiky a manažmentu, o základných dokumentoch upravujúcich vypracovanie záverečnej práce, o postupoch a požiadavkách na odovzdanie práce, kontrole jej originality, súhlase s jej sprístupnením a obhajobe. Kompetentnosti: samostatný a tvorivý prístup k riešeniu ekonomických a manažérskych problémov, zodpovednosť za dodržiavanie príslušnej legislatívy, interných predpisov, zodpovednosť za rešpektovanie zaužívaných etických princípov vedeckej práce. Zručnosti: formulácia hlavného cieľa a čiastkových cieľov záverečnej práce, schopnosť získavať potrebné informácie z dostupných zdrojov, spracovanie podkladov k záverečnej práci a literárnej rešerše, prezentácia výsledkov záverečnej práce.	

Stručná osnova predmetu:

Semináre:

Základné požiadavky kladené na záverečnú prácu v príslušných dokumentoch univerzity. Zadanie záverečnej práce. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí. Literárna rešerš. Internetové informačné pramene (vedecké databázy, štatistické databázy). Vyhľadávanie a využívanie informačných prameňov. Spracovanie literárnej rešerše. Citácie podľa STN ISO 690 a možnosti citovania. Objekt, predmet a ciele záverečnej práce. Systém metód a metodika záverečnej práce. Hodnotenie vedúceho a oponenta záverečnej práce. Metodika obhajoby záverečnej práce. Prezentácia študenta počas obhajoby záverečnej práce.

Odporúčaná literatúra:

ADAMS, J.- HAFIZ, T. A. – KHAN, R. R. 2014. Research Methods for Business and Social Science Students. New Delhi : SAGE Publications India, 2014. ISBN 9788132119814.
BRYNMAN, A. - BELL, E. 2015. Business Research Methods. Oxford : Oxford University Press, 2015. ISBN 978-0-19-966864-9.
GHAURI, P. N. – GRØNHaug, K. 2005. Research Methods in Business Studies: A Practical Guide. Harlow : Pearson Education, 2005. ISBN 0273-68156-7.
LEE, B. - SAUNDERS, M. 2017. Conducting Case Study Research for Business and Management Students. London : SAGE Publications, 2017. ISBN 978-1-44627-416-3.
SAUNDERS, M. –LEWIS, P. – THORNHILL, A. 2019. Research methods for business students. Eight edition. Harlow : Pearson, 2019. ISBN 9781292208787.

Sylabus predmetu:

Semináre:

Základné požiadavky kladené na záverečnú prácu v príslušných dokumentoch univerzity. Zadanie záverečnej práce. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí. Literárna rešerš. Internetové informačné pramene (vedecké databázy, štatistické databázy). Vyhľadávanie a využívanie informačných prameňov. Spracovanie literárnej rešerše. Citácie podľa STN ISO 690 a možnosti citovania. Objekt, predmet a ciele záverečnej práce. Systém metód a metodika záverečnej práce. Hodnotenie vedúceho a oponenta záverečnej práce. Metodika obhajoby záverečnej práce. Prezentácia študenta počas obhajoby záverečnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Anglický

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 0

NZ	Z
0.0	0.0

Vyučujúci:**Dátum schválenia:** 14.12.2022**Dátum poslednej zmeny:** 06.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KKM PHF/ PPK22460/22	Názov predmetu: Quantitative Analyzes and Forecasting
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: II.	
Podmieňujúce predmety: KFRP PHF/PPF22118/22-Corporate Risk Management	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatná práca, písomná práca, kombinovaná skúška <ul style="list-style-type: none">• písomná previerka – 30 %• semestrálne zadanie – 10 %• kombinovaná skúška – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: <ul style="list-style-type: none">• účasť na prednáškach – 26 hod.• účasť na cvičeniach – 26 hod.• príprava na cvičenia – 13 hod.• príprava na písomný test – 26 hod.• príprava semestrálneho zadania – 13 hod.• príprava na skúšku – 26 hod. Spolu: 130 hodín	
Výsledky vzdelávania: Hlavným vzdelávacím cieľom predmetu je: <ul style="list-style-type: none">• oboznámiť študentov s princípmi, poznatkami, hlavnými cieľmi z oblasti kvantitatívnych analýz a základných prognostických postupov,• oboznámiť študentov s etapami realizácie kvantitatívnej analýzy, typmi metód a prístupov ku kvantitatívnej analýze a prognóze,• naučiť študentov prakticky realizovať relevantné analýzy a prognózy,• oboznámiť sa s primárnymi a sekundárnymi zdrojmi údajov, ktoré sú vhodné na realizáciu analýz a prognóz v oblasti obchodu a marketingu,• získavať poznatky o možnostiach kvantitatívneho spracovania dát pomocou softvérových produktov,• naučiť študentov správnym spôsobom uskutočniť závery z realizovaných analýz a prognóz,• získanie analytického prístupu k riešeniu ekonomických problémov, ktoré môžu aplikovať do oblasti ekonomickej praxe. Vedomosti:	

Úspešný absolvent predmetu získa vedomosti z oblasti kvantitatívnej analýzy a základov prognostických prístupov v oblasti marketingu, z oblasti primárnych a sekundárnych zdrojov údajov pre obchod a marketing, o spôsobe tvorby súborov, spôsobe vyhodnocovania kvalitatívnych a kvantitatívnych údajov, aplikácie softvérových produktov pri spracovávaní analýz, vyvodzovaní záverov z realizovaných analytických postupov, ktoré dokáže aplikovať pri rozhodovaní v rôznych oblastiach ekonomickej praxe a patrične ich využije pri štúdiu ďalších predmetov a spracovávaní záverečných prác.

Zručnosti:

Absolvent je schopný realizovať, uskutočniť kroky k uskutočneniu kvantitatívnej analýzy v oblasti obchodu a marketingu, aplikovať vhodné metódy analýzy kvalitatívnych a kvantitatívnych údajov primárneho resp. sekundárneho výskumu, využíva pri riešení analýz vhodný štatistický softvérový produkt, vyvodzuje relevantné závery z aplikovaných kvantitatívnych postupov. Študent aplikuje získané teoretické poznatky na praktické riešenie konkrétnych úloh z oblasti kvantitatívnej analýzy a elementárnej tvorby prognóz.

Kompetentnosti:

Po absolvovaní predmetu študent dokáže riešiť a analyzovať problémy súvisiace s aplikovaním jedno- a viacrozmerných kvantitatívnych metód pre analýzach v marketingu a obchode, posudzovať súvislosti aplikovaných metód a prognóz, dokáže analyticky myslieť, uplatňovať tvorivé myslenie pri získavaní a spracovávaní relevantných údajov, vie sa orientovať v základných databázach pre výber ukazovateľov sekundárneho výskumu, realizovať kvantitatívnu analýzu a vyhodnotiť jej závery, vhodným spôsobom prezentovať závery a odporúčania pre ďalšie obdobia.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Základné a pokročilé metódy kvantitatívnej analýzy.
2. Empirické a grafické prístupy k analýze kategoriálnych, ordinálnych a kardinálnych znakov.
3. Pokročilé prístupy k spracovaniu a analýze dát, riešenie problémov pri spracovaní dát.
4. Aplikácia indukčnej štatistiky, softvérové riešenia.
5. Skúmanie závislostí kvalitatívnych a kvantitatívnych znakov, softvérové riešenia.
6. Lineárne a nelineárne regresné modely.
7. Viacrozmerné regresné modely.
8. Regresné modely a ich využitie pri prognózovaní.
9. Jednofaktorová a viacfaktorová analýza rozptylu.
10. Viacfaktorová analýza rozptylu, softvérové riešenia.
11. Neparametrická analýza rozptylu.
12. Prezentácia výsledkov, výstupov softvérových riešení úloh kvalitatívnej a kvantitatívnej analýzy a prognóz.
13. Prehľad ďalších prístupov ku kvantitatívnej analýze, softvérové produkty.

Cvičenia:

1. Aplikácia vhodných základných a pokročilých metód kvantitatívnej analýzy.
2. Empirické a grafické prístupy k analýze kategoriálnych, ordinálnych a kardinálnych znakov, riešenie praktických prípadov.
3. Praktické prístupy k pokročilému spracovaniu a analýze dát, riešenie problémov pri spracovaní dát.
4. Aplikácia indukčnej štatistiky, softvérové riešenia, praktické príklady aplikácie indukčnej štatistiky.
5. Skúmanie závislostí kvalitatívnych a kvantitatívnych znakov v prostredí softvérového produktu.
6. Lineárne a nelineárne regresné modely, príklady a možné riešenia pomocou softvérového produktu.
7. Viacrozmerné regresné modely, riešenie praktických úloh pomocou softvérového produktu.
8. Regresné modely a ich využitie pri prognózovaní.

9. Jednofaktorová a viacfaktorová analýza rozptylu.
10. Viacfaktorová analýza rozptylu, praktické prípady aplikácie metód v prostredí softvérového produktu.
11. Neparametrická analýza rozptylu, riešenie praktických prípadov v prostredí softvérového produktu.
12. Prezentácia semestrálneho zadania a diskusia.
13. Prezentácia semestrálneho zadania a diskusia.

Odporúčaná literatúra:

1. STOCKEMER, D. (2019). Quantitative Methods for the Social Sciences: A Practical Introduction with Examples in SPSS and Stata. Springer, 2019. ISBN-13: 978-3319991177.
2. MOORE, D., McCABE, G., CRAIG, B., ALWAN, L. (2020). The Practice of Statistics for Business and Economics. WH Freeman, 2020. ISBN-13: 978-1319324810.
3. CHRISTENSEN, R. (2020). Analysis of Variance, Design, and Regression: Linear Modeling for Unbalanced Data. Routledge, 2020. ISBN-13: 978-0367737405.
4. MAXWELL, R. (1999). A Student's Guide to Analysis of Variances. Routledge: Student edition, 1999. ISBN-13: 978-0415165655.
5. COHEN, J., WEST, S.G., AIKEN, L.S., COHEN, P. (2002). Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences. Routledge, 2002. ISBN-13-978-0805822236.

Sylabus predmetu:**Prednášky:**

1. Základné a pokročilé metódy kvantitatívnej analýzy.
2. Empirické a grafické prístupy k analýze kategoriálnych, ordinálnych a kardinálnych znakov.
3. Pokročilé prístupy k spracovaniu a analýze dát, riešenie problémov pri spracovaní dát.
4. Aplikácia indukčnej štatistiky, softvérové riešenia.
5. Skúmanie závislostí kvalitatívnych a kvantitatívnych znakov, softvérové riešenia.
6. Lineárne a nelineárne regresné modely.
7. Viacrozmerné regresné modely.
8. Regresné modely a ich využitie pri prognózovaní.
9. Jednofaktorová a viacfaktorová analýza rozptylu.
10. Viacfaktorová analýza rozptylu, softvérové riešenia.
11. Neparametrická analýza rozptylu.
12. Prezentácia výsledkov, výstupov softvérových riešení úloh kvalitatívnej a kvantitatívnej analýzy a prognóz.
13. Prehľad ďalších prístupov ku kvantitatívnej analýze, softvérové produkty.

Cvičenia:

1. Aplikácia vhodných základných a pokročilých metód kvantitatívnej analýzy.
2. Empirické a grafické prístupy k analýze kategoriálnych, ordinálnych a kardinálnych znakov, riešenie praktických prípadov.
3. Praktické prístupy k pokročilému spracovaniu a analýze dát, riešenie problémov pri spracovaní dát.
4. Aplikácia indukčnej štatistiky, softvérové riešenia, praktické príklady aplikácie indukčnej štatistiky.
5. Skúmanie závislostí kvalitatívnych a kvantitatívnych znakov v prostredí softvérového produktu.
6. Lineárne a nelineárne regresné modely, príklady a možné riešenia pomocou softvérového produktu.
7. Viacrozmerné regresné modely, riešenie praktických úloh pomocou softvérového produktu.
8. Regresné modely a ich využitie pri prognózovaní.
9. Jednofaktorová a viacfaktorová analýza rozptylu.

10. Viacfaktorová analýza rozptylu, praktické prípady aplikácie metód v prostredí softvérového produktu.
11. Neparametrická analýza rozptylu, riešenie praktických prípadov v prostredí softvérového produktu.
12. Prezentácia semestrálneho zadania a diskusia.
13. Prezentácia semestrálneho zadania a diskusia.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 25.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KKM PHF/ PPK22504/22	Názov predmetu: Seminar with Experts from Practice 1 Honoris 1
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: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Cvičenia: 100 %, z toho: prezentácia projektu a riešenie úloh na cvičení 100 %	
Pracovné zaťaženie študenta: <ul style="list-style-type: none">• účasť na prednáškach – 26 hod.• účasť na cvičeniach – 26 hod.• príprava semestrálneho zadania – 26 hod. Spolu: 78 hodín	
Výsledky vzdelávania: <p>Cieľom predmetu je poskytnúť študentom prehľad a výklad nástrojov projektového manažmentu podľa medzinárodne uznávanej metodiky PMI, inštrumentárium projektového manažmentu.</p> <p>Vedomosti: Absolvent porozumie problematike projektového manažmentu, jeho významu, vývoju a implementácii v konkrétnych podmienkach, rovnako porozumie problematike aplikovania projektového manažmentu v podnikateľskej praxi.</p> <p>Zručnosti: Absolvent má schopnosť aplikovať inštrumentárium projektového manažmentu na konkrétnom príklade, kriticky vyhodnotiť situáciu, navrhnúť riešenia problémov projektového manažmentu na taktickej a strategickej úrovni.</p> <p>Kompetentnosti: Absolvent má schopnosť pracovať s informáciami – vyhľadávať ich, selektovať, analyzovať a syntetizovať s orientáciou na využitie v projektovom manažmente.</p>	
Stručná osnova predmetu: Prednášky: <ol style="list-style-type: none">1. Východiská projektového manažmentu v praxi.2. Úloha projektového manažéra v praxi.3. Plánovanie projektu v praxi, plánovanie projektu v konkrétnom podniku.4. Kontrola a hodnotenie projektu v praxi.5. Úvod do projektového manažmentu podľa PMI v praxi.	

6. Kritické a systematické myslenie v projektovom manažmente aplikované v praxi.
7. Kvantitatívne metódy v projektovom manažmente v praxi.
8. Praktické nástroje využívané v projektovom manažmente v praxi.
9. Organizácia projektového manažmentu v konkrétnom podniku.
10. Riadenie projektového tímu v praxi.
11. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 1.
12. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 2.
13. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 3.

Cvičenia:

1. Východiská projektového manažmentu v konkrétnom podniku.
2. Úloha projektového manažéra v praxi, v podniku.
3. Plánovanie projektu v praxi, plánovanie projektu v konkrétnom podniku.
4. Kontrola a hodnotenie projektu – praktické ukážky z praxe.
5. Úvod do projektového manažmentu podľa PMI v konkrétnom podniku.
6. Kritické a systematické myslenie v projektovom manažmente aplikované v praxi.
7. Praktické ukážky a riešenia aplikovaných metód v projektovom manažmente.
8. Praktické nástroje využívané v projektovom manažmente v podniku.
9. Organizácia projektového manažmentu na príklade konkrétneho podniku.
10. Riadenie projektového tímu v konkrétnych podnikoch.
11. Prípadová štúdia 1.
12. Prípadová štúdia 2.
13. Prípadová štúdia 3.

Odporúčaná literatúra:

1. Project Management Institute. 2013. A Guide to the Project Management Body of Knowledge. (PMBOK® Guide) —Fifth Edition (ENGLISH). Pennsylvania: Project Management Institute, 2013. 589 s. ISBN 9781935589679.
2. HEAGNEY, J. 2016. Fundamentals of project management. Amacom, 2016.
3. KERZNER, H. 2017. Project management case studies. John Wiley & Sons.
4. KERZNER, H. 2018. Project management best practices: Achieving global excellence. John Wiley & Sons, 2018.

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Východiská projektového manažmentu v praxi.
2. Úloha projektového manažéra v praxi.
3. Plánovanie projektu v praxi, plánovanie projektu v konkrétnom podniku.
4. Kontrola a hodnotenie projektu v praxi.
5. Úvod do projektového manažmentu podľa PMI v praxi.
6. Kritické a systematické myslenie v projektovom manažmente aplikované v praxi.
7. Kvantitatívne metódy v projektovom manažmente v praxi.
8. Praktické nástroje využívané v projektovom manažmente v praxi.
9. Organizácia projektového manažmentu v konkrétnom podniku.
10. Riadenie projektového tímu v praxi.
11. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 1.
12. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 2.
13. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 3.

Cvičenia:

1. Východiská projektového manažmentu v konkrétnom podniku.
2. Úloha projektového manažéra v praxi, v podniku.
3. Plánovanie projektu v praxi, plánovanie projektu v konkrétnom podniku.

4. Kontrola a hodnotenie projektu – praktické ukážky z praxe.
5. Úvod do projektového manažmentu podľa PMI v konkrétnom podniku.
6. Kritické a systematické myslenie v projektovom manažmente aplikované v praxi.
7. Praktické ukážky a riešenia aplikovaných metód v projektovom manažmente.
8. Praktické nástroje využívané v projektovom manažmente v podniku.
9. Organizácia projektového manažmentu na príklade konkrétneho podniku.
10. Riadenie projektového tímu v konkrétnych podnikoch.
11. Prípadová štúdia 1.
12. Prípadová štúdia 2.
13. Prípadová štúdia 3.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
anglický

Poznámky:

Program Honoris je zameraný na prácu s nadanými študentmi na 2. stupni štúdia. Program Honoris je na základe spolupráce s vybranou spoločnosťou orientovaný prakticky s dôrazom na problematiku projektového manažmentu. Na výučbe programu Honoris sa podieľajú odborníci z vybranej spoločnosti, časť programu Honoris je orientovaná na riešenie praktických úloh vybranej spoločnosti s možnosťou odbornej praxe/stáže v tejto spoločnosti pre študentov programu Honoris.

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: doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 22.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KKM PHF/ PPK22524/22	Názov predmetu: Seminar with Experts from Practice 2 Honoris 1
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: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Cvičenia: 100 %, z toho: prezentácia projektu a riešenie úloh na cvičení 100 %	
Pracovné zaťaženie študenta: <ul style="list-style-type: none">• účasť na prednáškach – 26 hod.• účasť na cvičeniach – 26 hod.• príprava semestrálneho zadania – 26 hod. Spolu: 78 hodín	
Výsledky vzdelávania: <p>Cieľom predmetu je poskytnúť študentom prehľad a výklad nástrojov projektového manažmentu podľa medzinárodne uznávanej metodiky PMI, inštrumentárium projektového manažmentu.</p> <p>Vedomosti: Absolvent porozumie problematike projektového manažmentu, jeho významu, vývoju a implementácii v konkrétnych podmienkach, rovnako porozumie problematike aplikovania projektového manažmentu v podnikateľskej praxi.</p> <p>Zručnosti: Absolvent má schopnosť aplikovať inštrumentárium projektového manažmentu na konkrétnom príklade, kriticky vyhodnotiť situáciu, navrhnúť riešenia problémov projektového manažmentu na taktickej a strategickej úrovni.</p> <p>Kompetentnosti: Absolvent má schopnosť pracovať s informáciami – vyhľadávať ich, selektovať, analyzovať a syntetizovať s orientáciou na využitie v projektovom manažmente.</p>	
Stručná osnova predmetu: Prednášky: <ol style="list-style-type: none">1. Rozšírenie a detaily znalostí projektového manažmentu podľa PMI v praxi.2. Metodológia projektového manažmentu v praxi.3. Aplikácie metodológie projektového manažmentu v konkrétnom podniku.4. Aplikovaný projektový manažment v praxi.5. MS Project.	

6. Emočná inteligencia v projektovom manažmente v praxi.
7. Nástroje využívané v projektovom manažmente v praxi.
8. Špecifické faktory aplikované v konkrétnom podniku.
9. Agilný projektový manažment v praxi.
10. Komunikačné systémy a networking v praxi.
11. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 1.
12. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 2.
13. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 3.

Cvičenia:

1. Rozšírenie a detaily znalostí projektového manažmentu podľa PMI v praxi.
2. Metodológia projektového manažmentu v konkrétnom podniku.
3. Aplikácie metodológie projektového manažmentu v konkrétnom podniku.
4. Aplikovaný projektový manažment v praxi.
5. MS Project, praktický príklad.
6. Emočná inteligencia v projektovom manažmente v podnikovej praxi.
7. Nástroje využívané v projektovom manažmente v konkrétnom podniku.
8. Špecifické faktory aplikované v konkrétnom podniku.
9. Agilný projektový manažment, praktický príklad.
10. Komunikačné systémy a networking v praxi.
11. Prípadová štúdia 1.
12. Prípadová štúdia 2.
13. Prípadová štúdia 3.

Odporúčaná literatúra:

1. Project Management Institute. 2013. A Guide to the Project Management Body of Knowledge. (PMBOK® Guide) —Fifth Edition (ENGLISH). Pennsylvania: Project Management Institute, 2013. 589 s. ISBN 9781935589679.
2. HEAGNEY, J. 2016. Fundamentals of project management. Amacom, 2016.
3. KERZNER, H. 2017. Project management case studies. John Wiley & Sons.
4. KERZNER, H. 2018. Project management best practices: Achieving global excellence. John Wiley & Sons, 2018.

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Rozšírenie a detaily znalostí projektového manažmentu podľa PMI v praxi.
2. Metodológia projektového manažmentu v praxi.
3. Aplikácie metodológie projektového manažmentu v konkrétnom podniku.
4. Aplikovaný projektový manažment v praxi.
5. MS Project.
6. Emočná inteligencia v projektovom manažmente v praxi.
7. Nástroje využívané v projektovom manažmente v praxi.
8. Špecifické faktory aplikované v konkrétnom podniku.
9. Agilný projektový manažment v praxi.
10. Komunikačné systémy a networking v praxi.
11. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 1.
12. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 2.
13. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 3.

Cvičenia:

1. Rozšírenie a detaily znalostí projektového manažmentu podľa PMI v praxi.
2. Metodológia projektového manažmentu v konkrétnom podniku.
3. Aplikácie metodológie projektového manažmentu v konkrétnom podniku.

4. Aplikovaný projektový manažment v praxi.
5. MS Project, praktický príklad.
6. Emočná inteligencia v projektovom manažmente v podnikovej praxi.
7. Nástroje využívané v projektovom manažmente v konkrétnom podniku.
8. Špecifické faktory aplikované v konkrétnom podniku.
9. Agilný projektový manažment, praktický príklad.
10. Komunikačné systémy a networking v praxi.
11. Prípadová štúdia 1.
12. Prípadová štúdia 2.
13. Prípadová štúdia 3.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
anglický

Poznámky:

Program Honoris je zameraný na prácu s nadanými študentmi na 2. stupni štúdia. Program Honoris je na základe spolupráce s vybranou spoločnosťou orientovaný prakticky s dôrazom na problematiku projektového manažmentu. Na výučbe programu Honoris sa podieľajú odborníci z vybranej spoločnosti, časť programu Honoris je orientovaná na riešenie praktických úloh vybranej spoločnosti s možnosťou odbornej praxe/stáže v tejto spoločnosti pre študentov programu Honoris.

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: doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 24.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KKM PHF/ PPK22544/22	Názov predmetu: Seminar with Experts from Practice 1 Honoris 2
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: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Cvičenia: 100 %, z toho: prezentácia projektu a riešenie úloh na cvičení 100 %	
Pracovné zaťaženie študenta: <ul style="list-style-type: none">• účasť na prednáškach – 26 hod.• účasť na cvičeniach – 26 hod.• príprava semestrálneho zadania – 26 hod. Spolu: 78 hodín	
Výsledky vzdelávania: <p>Cieľom predmetu je poskytnúť študentom prehľad a výklad nástrojov projektového manažmentu podľa medzinárodne uznávanej metodiky PMI, inštrumentárium projektového manažmentu.</p> <p>Vedomosti: Absolvent porozumie problematike projektového manažmentu, jeho významu, vývoju a implementácii v konkrétnych podmienkach, rovnako porozumie problematike aplikovania projektového manažmentu v podnikateľskej praxi.</p> <p>Zručnosti: Absolvent má schopnosť aplikovať inštrumentárium projektového manažmentu na konkrétnom príklade, kriticky vyhodnotiť situáciu, navrhnúť riešenia problémov projektového manažmentu na taktickej a strategickej úrovni.</p> <p>Kompetentnosti: Absolvent má schopnosť pracovať s informáciami – vyhľadávať ich, selektovať, analyzovať a syntetizovať s orientáciou na využitie v projektovom manažmente.</p>	
Stručná osnova predmetu: Prednášky: <ol style="list-style-type: none">1. Riešenie problémov spojených s projektovým manažmentom v praxi.2. Finančné nástroje v projektovom manažmente v praxi.3. Risk manažment v projektovom manažmente v praktickej rovine.4. Ľudský kapitál v projektovom manažmente v praxi.5. Nové metódy v projektovom manažmente v praxi.	

6. Komunikačné a prezentačné nástroje pre projektových manažérov v podnikovej praxi.
7. Organizačné štruktúry v projektovom manažmente v praxi.
8. Time management v projektovom manažmente v podnikovej praxi.
9. Behaviorálne dimenzie aplikované v praxi.
10. Kvalita v projektovom manažmente v podnikovej praxi.
11. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 1.
12. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 2.
13. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 3.

Cvičenia:

1. Riešenie problémov spojených s projektovým manažmentom v konkrétnom podniku.
2. Finančné nástroje v projektovom manažmente v podnikovej praxi.
3. Risk manažment v projektovom manažmente v praktickej rovine.
4. Ľudský kapitál v projektovom manažmente v konkrétnom podniku.
5. Nové metódy v projektovom manažmente v praxi.
6. Komunikačné a prezentačné nástroje pre projektových manažérov v konkrétnom podniku.
7. Organizačné štruktúry v projektovom manažmente v podniku.
8. Time management v projektovom manažmente v podnikovej praxi, v konkrétnej spoločnosti.
9. Behaviorálne dimenzie aplikované v podnikovej praxi.
10. Kvalita v projektovom manažmente v konkrétnom podniku.
11. Prípadová štúdia 1.
12. Prípadová štúdia 2.
13. Prípadová štúdia 3.

Odporúčaná literatúra:

1. Project Management Institute. 2013. A Guide to the Project Management Body of Knowledge. (PMBOK® Guide)—Fifth Edition (ENGLISH). Pennsylvania: Project Management Institute, 2013. 589 s. ISBN 9781935589679.
2. HEAGNEY, J. 2016. Fundamentals of project management. Amacom, 2016.
3. KERZNER, H. 2017. Project management case studies. John Wiley & Sons.
4. KERZNER, H. 2018. Project management best practices: Achieving global excellence. John Wiley & Sons, 2018.

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Riešenie problémov spojených s projektovým manažmentom v praxi.
2. Finančné nástroje v projektovom manažmente v praxi.
3. Risk manažment v projektovom manažmente v praktickej rovine.
4. Ľudský kapitál v projektovom manažmente v praxi.
5. Nové metódy v projektovom manažmente v praxi.
6. Komunikačné a prezentačné nástroje pre projektových manažérov v podnikovej praxi.
7. Organizačné štruktúry v projektovom manažmente v praxi.
8. Time management v projektovom manažmente v podnikovej praxi.
9. Behaviorálne dimenzie aplikované v praxi.
10. Kvalita v projektovom manažmente v podnikovej praxi.
11. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 1.
12. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 2.
13. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 3.

Cvičenia:

1. Riešenie problémov spojených s projektovým manažmentom v konkrétnom podniku.
2. Finančné nástroje v projektovom manažmente v podnikovej praxi.
3. Risk manažment v projektovom manažmente v praktickej rovine.

4. Ľudský kapitál v projektovom manažmente v konkrétnom podniku.
5. Nové metódy v projektovom manažmente v praxi.
6. Komunikačné a prezentačné nástroje pre projektových manažérov v konkrétnom podniku.
7. Organizačné štruktúry v projektovom manažmente v podniku.
8. Time management v projektovom manažmente v podnikovej praxi, v konkrétnej spoločnosti.
9. Behaviorálne dimenzie aplikované v podnikovej praxi.
10. Kvalita v projektovom manažmente v konkrétnom podniku.
11. Prípadová štúdia 1.
12. Prípadová štúdia 2.
13. Prípadová štúdia 3.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
anglický

Poznámky:

Program Honoris je zameraný na prácu s nadanými študentmi na 2. stupni štúdia. Program Honoris je na základe spolupráce s vybranou spoločnosťou orientovaný prakticky s dôrazom na problematiku projektového manažmentu. Na výučbe programu Honoris sa podieľajú odborníci z vybranej spoločnosti, časť programu Honoris je orientovaná na riešenie praktických úloh vybranej spoločnosti s možnosťou odbornej praxe/stáže v tejto spoločnosti pre študentov programu Honoris.

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: doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 22.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KKM PHF/ PPK22564/22	Názov predmetu: Seminar with Experts from Practice 2 Honoris 2
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: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Cvičenia: 100 %, z toho: prezentácia projektu a riešenie úloh na cvičení 100 %	
Pracovné zaťaženie študenta: <ul style="list-style-type: none">• účasť na prednáškach – 26 hod.• účasť na cvičeniach – 26 hod.• príprava semestrálneho zadania – 26 hod. Spolu: 78 hodín	
Výsledky vzdelávania: <p>Cieľom predmetu je poskytnúť študentom prehľad a výklad nástrojov projektového manažmentu podľa medzinárodne uznávanej metodiky PMI, inštrumentárium projektového manažmentu.</p> <p>Vedomosti: Absolvent porozumie problematike projektového manažmentu, jeho významu, vývoju a implementácii v konkrétnych podmienkach, rovnako porozumie problematike aplikovania projektového manažmentu v podnikateľskej praxi.</p> <p>Zručnosti: Absolvent má schopnosť aplikovať inštrumentárium projektového manažmentu na konkrétnom príklade, kriticky vyhodnotiť situáciu, navrhnúť riešenia problémov projektového manažmentu na taktickej a strategickej úrovni.</p> <p>Kompetentnosti: Absolvent má schopnosť pracovať s informáciami – vyhľadávať ich, selektovať, analyzovať a syntetizovať s orientáciou na využitie v projektovom manažmente.</p>	
Stručná osnova predmetu: Prednášky: <ol style="list-style-type: none">1. Implementácia stratégie v praxi.2. Riadenie portfólia projektov v praxi.3. Riadenie projektových programov v praxi.4. Softvérové riešenia v podnikovej praxi.5. Projektovo orientovaná spoločnosť a jej vplyv na podnikovú prax.	

6. Realizácia auditov v praxi.
7. Riadenie hodnoty, požiadaviek a benefitov v podnikovej praxi. Riadenie nákladov v podnikovej praxi.
8. Komunikácia v praxi. Etika v podnikovej praxi.
9. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 1.
10. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 2.
11. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 3.
12. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 4.
13. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 5.

Cvičenia:

1. Implementácia stratégie v podnikovej praxi.
2. Riadenie portfólia projektov v praxi.
3. Riadenie projektových programov v konkrétnych podnikoch.
4. Softvérové riešenia v podnikovej praxi.
5. Projektovo orientovaná spoločnosť a jej vplyv na podnikovú prax.
6. Realizácia auditov v podnikovej praxi.
7. Riadenie hodnoty, požiadaviek a benefitov v podnikovej praxi. Riadenie nákladov v konkrétnom podniku.
8. Komunikácia v podnikovej praxi. Etika v podnikovej praxi.
9. Prípadová štúdia 1.
10. Prípadová štúdia 2.
11. Prípadová štúdia 3.
12. Prípadová štúdia 4.
13. Prípadová štúdia 5.

Odporúčaná literatúra:

1. Project Management Institute. 2013. A Guide to the Project Management Body of Knowledge. (PMBOK® Guide)—Fifth Edition (ENGLISH). Pennsylvania: Project Management Institute, 2013. 589 s. ISBN 9781935589679.
2. HEAGNEY, J. 2016. Fundamentals of project management. Amacom, 2016.
3. KERZNER, H. 2017. Project management case studies. John Wiley & Sons.
4. KERZNER, H. 2018. Project management best practices: Achieving global excellence. John Wiley & Sons, 2018.

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Implementácia stratégie v praxi.
2. Riadenie portfólia projektov v praxi.
3. Riadenie projektových programov v praxi.
4. Softvérové riešenia v podnikovej praxi.
5. Projektovo orientovaná spoločnosť a jej vplyv na podnikovú prax.
6. Realizácia auditov v praxi.
7. Riadenie hodnoty, požiadaviek a benefitov v podnikovej praxi. Riadenie nákladov v podnikovej praxi.
8. Komunikácia v praxi. Etika v podnikovej praxi.
9. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 1.
10. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 2.
11. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 3.
12. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 4.
13. Teoretická príprava k prípadovej štúdii 5.

Cvičenia:

1. Implementácia stratégie v podnikovej praxi.
2. Riadenie portfólia projektov v praxi.
3. Riadenie projektových programov v konkrétnych podnikoch.
4. Softvérové riešenia v podnikovej praxi.
5. Projektovo orientovaná spoločnosť a jej vplyv na podnikovú prax.
6. Realizácia auditov v podnikovej praxi.
7. Riadenie hodnoty, požiadaviek a benefitov v podnikovej praxi. Riadenie nákladov v konkrétnom podniku.
8. Komunikácia v podnikovej praxi. Etika v podnikovej praxi.
9. Prípadová štúdia 1.
10. Prípadová štúdia 2.
11. Prípadová štúdia 3.
12. Prípadová štúdia 4.
13. Prípadová štúdia 5.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
anglický

Poznámky:

Program Honoris je zameraný na prácu s nadanými študentmi na 2. stupni štúdia. Program Honoris je na základe spolupráce s vybranou spoločnosťou orientovaný prakticky s dôrazom na problematiku projektového manažmentu. Na výučbe programu Honoris sa podieľajú odborníci z vybranej spoločnosti, časť programu Honoris je orientovaná na riešenie praktických úloh vybranej spoločnosti s možnosťou odbornej praxe/stáže v tejto spoločnosti pre študentov programu Honoris.

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: doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 22.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KKM PHF/ PPK22584/22	Názov predmetu: Game Theory
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: projekt, priebežný test písomná skúška • projekt – 20 % • priebežný test – 20 % • písomná skúška – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: • účasť na prednáškach – 26 hod. • účasť na cvičeniach – 26 hod. • príprava na cvičenia – 10 hod. • príprava na semestrálny test – 10 hod. • spracovanie projektu – 10 hod. • príprava na skúšku – 22 hod. Spolu: 104 hodín	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť študentom základné vedomosti z teórie hier. Študent získa prehľad o základných typoch hier, ktoré je možné aplikovať na reálne situácie, bude schopný nájsť optimálne stratégie v rôznych rozhodovacích situáciách, či už v situácii odpovedajúcej nekooperatívnym hrám alebo kooperatívnym hrám, pri ktorých si navyše osvojí prácu v tíme. Prepojenie teórie hier s reálnymi situáciami si študenti precvičia aj pri hlasovacích hrách, kde je dôležité vedieť, aké koalície sú výhodné a prečo. Študent sa oboznámi so základnými modelmi trhu a so základnými typmi aukcií. Vedomosti: V teoretickej rovine má študent nevyhnutné znalosti o základných definíciách teórie hier, pozná spôsoby pre nájdenie optimálnych stratégií, pozná metódy riešenia maticových a bimaticových hier, má prehľad o možnostiach riešenia v situáciách odpovedajúcim rozhodovaniu za rizika a neurčitosti, pozná definície a princípy nekooperatívnych aj kooperatívnych hier, má vedomosti o tvorbe koalícií, o základných modeloch trhov a základných typoch aukcií. Zručnosti:	

Študent dokáže aplikovať pojmy teórie hier na reálne situácie, riešiť základné typy hier, nájsť optimálne riešenie maticových hier, nekooperatívnych aj kooperatívnych hier. Dokáže sa rozhodovať v situáciách odpovedajúcim hráť proti prírode. Pri riešení kooperatívnych hier a vytváraní koalícií sa uplatní schopnosť študenta pracovať v tíme.

Kompetentnosti:

Po absolvovaní predmetu má študent základné vedomosti z teórie hier a je schopný ich využiť pri riešení konkrétnej úlohy a to predovšetkým ekonomického charakteru, čo dokáže vypracovaním projektu a jeho následnou prezentáciou. Študent vie aplikovať získané vedomosti v reálnych situáciách ako napríklad výber vhodného spoločníka do firmy, lokalizácia vhodného objektu pre podnik či výber vhodnej stratégie v konkurenčnom boji na trhu.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Základné pojmy modelovania konfliktných situácií.
2. Hry v normálnom tvare, hry v extenzívnom tvare, nekonfliktné rozhodovacie situácie.
3. Hry dvoch hráčov. Definícia antagonistického konfliktu. Maticové hry a metódy ich riešenia. Optimálne stratégie hráčov, ich existencia a vlastnosti. Metóda fiktívnej hry, dominancia v maticových hrách.
4. Bimaticové hry.
5. Nekonečné antagonistické konflikty – hľadanie rovnovážnej stratégie hry.
6. Von Neumann-Morgensternova funkcia úžitku.
7. Rozhodovanie za rizika a neurčitosti. Hry proti prírode.
8. Nekooperatívne hry n hráčov. Rovnovážne body v čistých a zmiešaných stratégiách. Optimálne rozhodovanie v nekooperatívnych hrách.
9. Kooperatívne hry n hráčov. Koalície a ich charakteristické funkcie. Jadro hry. Shapleyho hodnota hry.
10. Hlasovacie hry. Shapleyho index sily. Banzhafov index sily. Teória formovania koalícií.
11. Modely trhu v teórii hier. Monopol, duopol, oligopol.
12. Úvod do teórie aukcií.
13. Aplikácie teórie hier v ekonomickom prostredí, paradoxy ekonomických zákonov.

Cvičenia:

1. Základné pojmy modelovania konfliktných situácií.
2. Hry v normálnom tvare, hry v extenzívnom tvare, nekonfliktné rozhodovacie situácie.
3. Hry dvoch hráčov. Definícia antagonistického konfliktu. Maticové hry a metódy ich riešenia. Optimálne stratégie hráčov, ich existencia a vlastnosti. Metóda fiktívnej hry, dominancia v maticových hrách.
4. Bimaticové hry.
5. Nekonečné antagonistické konflikty – hľadanie rovnovážnej stratégie hry.
6. Von Neumann-Morgensternova funkcia úžitku.
7. Rozhodovanie za rizika a neurčitosti. Hry proti prírode.
8. Nekooperatívne hry n hráčov. Rovnovážne body v čistých a zmiešaných stratégiách. Optimálne rozhodovanie v nekooperatívnych hrách.
9. Kooperatívne hry n hráčov. Koalície a ich charakteristické funkcie. Jadro hry. Shapleyho hodnota hry.
10. Hlasovacie hry. Shapleyho index sily. Banzhafov index sily. Teória formovania koalícií.
11. Priebežné hodnotenie.
12. Prezentovanie projektov.
13. Prezentovanie projektov.

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

1. BONANNO, Giacomo. Game theory: Parts I and II-with 88 solved exercises. An open access textbook. Working Paper, 2015.
 2. JIMÉNEZ-MARTÍNEZ, Antonio. Game Theory and its Applications.
 3. MASCHLER, Michael; ZAMIR, Shmuel; SOLAN, Eilon. Game theory. Cambridge University Press, 2020.
 4. MUNOZ-GARCIA, F. – TORO-GONZALES, D. 2016. Strategy and Game Theory:Practice Excercises with Answers. Springer International Publishing Switzerland. 2016. ISBN: 978-3319329628.
 5. OWEN, G. 1995. Game theory. Academic Press, London, 1995.
 6. PETROSYAN, L. A.- ZENKEVICH, N. A. 2016. Game Theory. Second Edition. World Scientific Publishing. 2016.
- Doplňujúca literatúra:
7. CORCHÓN, L. C. – MARINI, M. A. 2018. Handbook of Game Theory and Industrial Organization, Volume I. Edward Elgar Publishing. 2018. ISBN: 978-1-78536-327-6
 8. CORCHÓN, L. C. – MARINI, M. A. 2018. Handbook of Game Theory and Industrial Organization, Volume II. Edward Elgar Publishing. 2018. ISBN: 978- 1-78811-277-2
 9. KUHN, H. W. (ed.) 1997. Classics in Game Theory. Princeton : Princeton University Press, 1997.
 10. MUROS, F. J. 2018. Cooperative Game Theory Tools in Coalitional Control Networks.Springer, Cham. 2018. ISBN: 978-3-030-10489-4
 11. PETERSON, M. 2010. An Introduction to Decision Theory. Cambridge University Press, 2010.

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Základné pojmy modelovania konfliktných situácií.
2. Hry v normálnom tvare, hry v extenzívnom tvare, nekonfliktné rozhodovacie situácie.
3. Hry dvoch hráčov. Definícia antagonistického konfliktu. Maticové hry a metódy ich riešenia. Optimálne stratégie hráčov, ich existencia a vlastnosti. Metóda fiktívnej hry, dominancia v maticových hrách.
4. Bimaticové hry.
5. Nekonečné antagonistické konflikty – hľadanie rovnovážnej stratégie hry.
6. Von Neumann-Morgensternova funkcia úžitku.
7. Rozhodovanie za rizika a neurčitosti. Hry proti prírode.
8. Nekooperatívne hry n hráčov. Rovnovážne body v čistých a zmiešaných stratégiách. Optimálne rozhodovanie v nekooperatívnych hrách.
9. Kooperatívne hry n hráčov. Koalície a ich charakteristické funkcie. Jadro hry. Shapleyho hodnota hry.
10. Hlasovacie hry. Shapleyho index sily. Banzhafov index sily. Teória formovania koalícií.
11. Modely trhu v teórii hier. Monopol, duopol, oligopol.
12. Úvod do teórie aukcií.
13. Aplikácie teórie hier v ekonomickom prostredí, paradoxy ekonomických zákonov.

Cvičenia:

1. Základné pojmy modelovania konfliktných situácií.
2. Hry v normálnom tvare, hry v extenzívnom tvare, nekonfliktné rozhodovacie situácie.
3. Hry dvoch hráčov. Definícia antagonistického konfliktu. Maticové hry a metódy ich riešenia. Optimálne stratégie hráčov, ich existencia a vlastnosti. Metóda fiktívnej hry, dominancia v maticových hrách.
4. Bimaticové hry.
5. Nekonečné antagonistické konflikty – hľadanie rovnovážnej stratégie hry.
6. Von Neumann-Morgensternova funkcia úžitku.

7. Rozhodovanie za rizika a neurčitosti. Hry proti prírode.
8. Nekooperatívne hry n hráčov. Rovnovážne body v čistých a zmiešaných stratégiách. Optimálne rozhodovanie v nekooperatívnych hrách.
9. Kooperatívne hry n hráčov. Koalície a ich charakteristické funkcie. Jadro hry. Shapleyho hodnota hry.
10. Hlasovacie hry. Shapleyho index sily. Banzhafov index sily. Teória formovania koalícií.
11. Priebežné hodnotenie.
12. Prezentovanie projektov.
13. Prezentovanie projektov.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: doc. Ing. Martin Mizla, PhD., RNDr. Jana Coroničová Hurajová, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 03.05.2024

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KKM PHF/ PPK22844/22	Názov predmetu: Seminar for Final Thesis 1
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: <ul style="list-style-type: none">• samostatná práca – spracovanie podkladov k záverečnej práci – 15%• samostatná práca – spracovanie literárnej rešerše – 40%• písomný test – 45%	
Pracovné zaťaženie študenta: <ul style="list-style-type: none">• účasť na seminároch – 26 hod.• ostatné aktivity – štúdium literatúry, príprava podkladov k záverečnej práci, domácich zadaní a príkladov, príprava na semináre, spracovanie literárnej rešerše a príprava na písomný test – 26 hod. Spolu: 52 hod.	
Výsledky vzdelávania: <p>Cieľom predmetu je oboznámiť študentov so základnými požiadavkami kladenými na záverečnú prácu v podmienkach univerzity. Naučiť študentov riešiť odborné a výskumné problémy z oblasti podnikovej ekonomiky a manažmentu s využitím vedeckých publikácií a primárnych a sekundárnych údajov. Pomôcť študentom naformulovať výskumný zámer záverečnej práce a spracovať literárnu rešerš k téme práce.</p> <p>Vedomosti:</p> <ul style="list-style-type: none">• o postupe riešenia záverečnej práce,• o základných dokumentoch upravujúcich vypracovanie záverečnej práce, o postupoch a požiadavkách na odovzdanie práce, kontrole jej originality, súhlase s jej sprístupnením a obhajobe. <p>Zručnosti:</p> <ul style="list-style-type: none">• formulácia hlavného cieľa a čiastkových cieľov záverečnej práce• schopnosť získať potrebné informácie z dostupných zdrojov,• spracovanie podkladov k záverečnej práci a literárnej rešerše,• prezentácia výsledkov záverečnej práce. <p>Kompetentnosti:</p> <ul style="list-style-type: none">• samostatný a tvorivý prístup k riešeniu ekonomických problémov,• zodpovednosť za dodržiavanie príslušnej legislatívy, interných predpisov,• zodpovednosť za rešpektovanie zaužívaných etických princípov vedeckej práce.	
Stručná osnova predmetu:	

Základné požiadavky kladené na záverečnú prácu v príslušných dokumentoch univerzity. Zadanie záverečnej práce. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí. Literárna rešerš. Internetové informačné pramene (vedecké databázy, štatistické databázy). Vyhľadávanie a využívanie informačných prameňov. Spracovanie literárnej rešerše. Citácie podľa STN ISO 690 a možnosti citovania. Objekt, predmet a ciele záverečnej práce. Systém metód a metodika záverečnej práce. Hodnotenie vedúceho a oponenta záverečnej práce. Metodika obhajoby záverečnej práce. Prezentácia študenta počas obhajoby záverečnej práce.

Odporúčaná literatúra:

1. ADAMS, J.- HAFIZ, T. A. – KHAN, R. R. 2014. Research Methods for Business and Social Science Students. New Delhi : SAGE Publications India, 2014. ISBN 9788132119814.
2. BRYNMAN, A. - BELL, E. 2015. Business Research Methods. Oxford : Oxford University Press, 2015. ISBN 978-0-19-966864-9.
3. GHOURI, P. N. – GRØNHAUG, K. 2005. Research Methods in Business Studies: A Practical Guide. Harlow : Pearson Education, 2005. ISBN 0273-68156-7.
4. LEE, B. - SAUNDERS, M. 2017. Conducting Case Study Research for Business and Management Students. London : SAGE Publications, 2017. ISBN 978-1-44627-416-3.
5. SAUNDERS, M. –LEWIS, P. – THORNHILL, A. 2019. Research methods for business students. Eight edition. Harlow : Pearson, 2019. ISBN 9781292208787.

Sylabus predmetu:

Základné požiadavky kladené na záverečnú prácu v príslušných dokumentoch univerzity. Zadanie záverečnej práce. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí. Literárna rešerš. Internetové informačné pramene (vedecké databázy, štatistické databázy). Vyhľadávanie a využívanie informačných prameňov. Spracovanie literárnej rešerše. Citácie podľa STN ISO 690 a možnosti citovania. Objekt, predmet a ciele záverečnej práce. Systém metód a metodika záverečnej práce. Hodnotenie vedúceho a oponenta záverečnej práce. Metodika obhajoby záverečnej práce. Prezentácia študenta počas obhajoby záverečnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

NZ	Z
0.0	0.0

Vyučujúci:

Dátum schválenia: 14.12.2022

Dátum poslednej zmeny: 25.03.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KKM PHF/ PPK22864/22	Názov predmetu: Seminar for Final Thesis 2
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: <ul style="list-style-type: none">• samostatná práca – spracovanie podkladov pre finálnu prácu – 45%• samostatná práca – spracovanie literárnej rešerše – 40%• prezentácia výsledkov záverečnej práce – 15% Celkom za semester: 100 %	
Pracovné zaťaženie študenta: <ul style="list-style-type: none">• účasť na seminároch – 26 hod.• ostatné činnosti – štúdium literatúry, príprava podkladov pre záverečnú prácu, domáce úlohy a príklady, príprava na vyučovanie, spracovanie literárnej rešerše a príprava na prezentáciu výsledkov práce – 26 hod. Spolu: 52 hod.	
Výsledky vzdelávania: <p>Cieľom predmetu je:</p> <ul style="list-style-type: none">• oboznámiť študentov so základnými požiadavkami na záverečnú prácu v podmienkach vysokej školy,• poskytnúť študentom poznatky o orientácii v dostupných globálnych databázach poznatkov z oblasti ekonomiky a manažmentu,• poskytovať poznatky o formulácii a riešení odborných a výskumných problémov v oblasti podnikovej ekonomiky a manažmentu• naučiť študentov formulovať výskumné zámery záverečnej práce, pracovať s dátovými databázami a zovšeobecňovať poznatky vedy. Vedomosti: <ul style="list-style-type: none">• o procese tvorby výskumných a záverečných prác,• o základných dokumentoch upravujúcich vypracovanie záverečnej práce, o postupoch a náležitostiach odovzdania práce, o kontrole jej originality, súhlase s jej sprístupnením a obhajobe. Zručnosti: <ul style="list-style-type: none">• formulácia výskumného problému, hypotéz a cieľov záverečnej práce,• orientovať sa v celosvetovo dostupných informačných databázach,• pripraviť podklady pre záverečnú prácu,	

- prezentácia výsledkov záverečnej práce.

Kompetencie:

- samostatný a tvorivý prístup k riešeniu ekonomických problémov,
- zodpovednosť za dodržiavanie príslušnej legislatívy, interných predpisov,
- zodpovednosť za rešpektovanie obvyklých etických princípov vedeckej práce.

Stručná osnova predmetu:

Nadobúdanie poznatkov zo základnej a odporúčanej literatúry podľa zadania záverečnej práce. Selekcia vhodných záverov použiteľných v rámci riešenia témy záverečnej práce. Rukopis poznatkovej časti záverečnej práce s dôrazom na sledovanie jej cieľa. Rozpracovanie čiastkových cieľov záverečnej práce na riešenie hlavného cieľa. Formulovanie výskumných problémov, prípadne aj pracovných hypotéz. Charakteristika skúmaného objektu. Vypracovanie metodického postupu spracovania záverečnej práce. Zvolenie vhodných vedeckých metód v rámci analytickej a syntetickej časti práce. Stanovenie si časového harmonogramu prác na jednotlivých častiach záverečnej práce. Spracovanie jednotlivých kapitol záverečnej práce podľa metodických pokynov vedúceho záverečnej práce. Prístup k písaniu výsledkov. Vhodná diskusia k výsledkom záverečnej práce. Presvedčivé formulovanie záveru záverečnej práce.

Odporúčaná literatúra:

1. ADAMS, J.- HAFIZ, T. A. – KHAN, R. R. 2014. Research Methods for Business and Social Science Students. New Delhi : SAGE Publications India, 2014. ISBN 9788132119814.
2. BRYNMAN, A. - BELL, E. 2015. Business Research Methods. Oxford : Oxford University Press, 2015. ISBN 978-0-19-966864-9.
3. GHOURI, P. N. – GRØNHAUG, K. 2005. Research Methods in Business Studies: A Practical Guide. Harlow : Pearson Education, 2005. ISBN 0273-68156-7.
4. LEE, B. - SAUNDERS, M. 2017. Conducting Case Study Research for Business and Management Students. London : SAGE Publications, 2017. ISBN 978-1-44627-416-3.
5. SAUNDERS, M. –LEWIS, P. – THORNHILL, A. 2019. Research methods for business students. Eight edition. Harlow : Pearson, 2019. ISBN 9781292208787.
6. Current papers form database SCOPUS, WOS, EBSCO.
7. Business case studies.

Sylabus predmetu:

Nadobúdanie poznatkov zo základnej a odporúčanej literatúry podľa zadania záverečnej práce. Selekcia vhodných záverov použiteľných v rámci riešenia témy záverečnej práce. Rukopis poznatkovej časti záverečnej práce s dôrazom na sledovanie jej cieľa. Rozpracovanie čiastkových cieľov záverečnej práce na riešenie hlavného cieľa. Formulovanie výskumných problémov, prípadne aj pracovných hypotéz. Charakteristika skúmaného objektu. Vypracovanie metodického postupu spracovania záverečnej práce. Zvolenie vhodných vedeckých metód v rámci analytickej a syntetickej časti práce. Stanovenie si časového harmonogramu prác na jednotlivých častiach záverečnej práce. Spracovanie jednotlivých kapitol záverečnej práce podľa metodických pokynov vedúceho záverečnej práce. Prístup k písaniu výsledkov. Vhodná diskusia k výsledkom záverečnej práce. Presvedčivé formulovanie záveru záverečnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

NZ	Z
0.0	0.0

Vyučujúci:

Dátum schválenia: 14.12.2022

Dátum poslednej zmeny: 31.03.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22360/22	Názov predmetu: Retail Management
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: II.	
Podmieňujúce predmety: KOP PHF/PPO22362/22-Marketing Management	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Semináre – spolu 40%, z toho: semestrálne zadanie 15%, priebežná písomka –semestrálny test 15%, aktivita na cvičeniach – 10%. Skúška – 60%.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové pracovné zaťaženie študenta: 182 hodín účasť na prednáškach - 26 hodín účasť na aktívnych prednáškach - 26 hodín účasť na cvičeniach - 26 hodín spracovanie semestrálneho zadania – 26 hodín príprava na priebežnú písomku – 26 hodín príprava na skúšku - 52 hodín Spolu: 182 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je pripraviť študenta na zmeny vo vývojových trendoch v maloobchode, ktoré podstatným spôsobom reagujú na nové javy v ekonomike, na postupujúcu globalizáciu a zmeny v podnikateľských štruktúrach. Pozornosť pri výučbe predmetu sa sústreďuje, okrem teoretických poznatkov, najmä na konkrétne praktické príklady a ich využitie v praxi obchodnej firmy. Vedomosti: Študenti získavajú schopnosť porozumieť meniacim sa stratégiám riadenia obchodných firiem, dokážu aplikovať poznatky z riadenia obchodných firiem, ľudských zdrojov ako aj etické zásady správania sa podnikateľských subjektov do praxe. Kompetentnosti: Z nadobudnutých teoretických vedomostí sú študenti schopní systematizovať svoje znalosti z oblasti retail manažmentu vo väzbe k aktuálnym trendom a požiadavkám podnikateľskej praxe, ako aj kriticky analyzovať a zhodnotiť jednotlivé prvky riadenia obchodnej firmy. Kompetentnosti získané vo vyučovacom procese umožňujú tvorivo posudzovať základné súvislosti v riadení	

maloobchodných činností podnikateľských subjektov a rozhodovať na základe ich poznania. Cieľom je dosiahnuť vysoký stupeň samostatnosti a predvídavosti v známom aj neznámom prostredí. Iniciatívne a zodpovedne pracovať ako súčasť pracovného tímu. Uplatnenie inovatívneho a tvorivého myslenia podporené odbornou prezentáciou výsledkov vlastného štúdia alebo praxe.

Zručnosti:

Študenti sú schopní integrovať jednotlivé špecifické atribúty retail manažmentu do komplexného celku a aplikovať získané vedomosti pri riešení praktických úloh. Rozvíjajú schopnosť systematicky vyhľadávať, analyzovať a spracovať potrebné informácie pre spracovanie semestrálneho zadania. Platforma riešenia prípadovej štúdie motivuje študenta na ďalšie samovzdelávanie s cieľom získania výhody. Požiadavka zabezpečenia počítačových miestností na semináre pre potreby spracovávania zadaní na hodine. Počas seminárov je vytvorený pre každého poslucháča priestor pre zdôvodnenie ním realizovanej postupnosti krokov, overuje sa správnosť pochopenia a riešenia problémov, pričom do diskusie sa zapájajú aj ostatní poslucháči. Priebeh hodiny riadi vyučujúci, ktorý reaguje na prípadnú kritickú odozvu ostatných poslucháčov a usmerňuje vecnú polemiku rozoberaného problému. Za aktivitu študentov, vecné pripomienky a postrehy udeľuje vyučujúci body, ktoré sa započítavajú do hodnotenia predmetu. Podporuje tým záujem a aktivitu poslucháčov. Počas seminárov a skúšky študent pri kolektívnych analýzach ako aj obhajobe svojich analýz a námetov rozvíja svoje komunikačné schopnosti a schopnosť kritického myslenia.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Význam a funkcie obchodu
2. Odvetvie obchodu, obchodná firma, manažment obchodných firiem
3. Store retail – formáty maloobchodu
4. Obchodná logistika
5. Priestorová štruktúra maloobchodu
6. Metódy kvantifikácie územného plánovania
7. Plánovanie a organizovanie v obchodnej firme
8. Riadenia ľudských zdrojov v obchodnej firme
9. Vyžiadaná prednáška zástupcu vybranej obchodnej firmy
10. Riadenie pohybu tovaru v obchodnej firme
11. Tvorba ceny v obchodnej firme.
12. Kontrola, kontroling, rozhodovanie v obchodnej firme.
13. Manažment obchodnej prevádzky v obchodnej firme.

Semináre:

1. Úvodný seminár, oboznámenie sa s organizáciou práce na seminároch a s podmienkami priebežného a celkového hodnotenia. Úvod do problematiky - Význam, definícia a funkcia obchodu v ekonomike
2. Štatistická klasifikácia ekonomických činností SK NACE
3. Charakteristika maloobchodnej spoločnosti, kategorizácia maloobchodu vo vybranej lokalite z hľadiska foriem koncentrácie a spolupráce. Aplikácia na konkrétnu obchodnú prax.
4. Práca v teréne. Analýza nákupnej zóny a nákupných centier. Územné usporiadanie maloobchodu
5. Prezentácia výsledkov analýz z terénnych prác.
6. Riadenie a organizácia zložitých a nadväzujúcich procesov. Plánovanie metódou sieťovej analýzy.
7. Výpočet základných charakteristík a časov CPM, analýza plnenia plánov a princípov kontroly.
8. Zásoby v obchode, ich význam a klasifikácia. Stanovenie stavov zásob a ich optimalizácia.
9. Priebežný test.
10. Prípadová štúdia maloobchodnej spoločnosti. Požadované pracovné stretnutia s obchodnými zástupcami.

11. Prezentácia semestrálnych úloh.
12. Spotrebiteľské správanie.
13. Nekalé obchodné praktiky.

Odporúčaná literatúra:

BERMAN, Barry - EVANS, Joel R. - CHATTERJEE, Patrali. Retail Management : A Strategic Approach. 13th Edition. Harlow : Pearson, 2018. 592 s. ISBN 978-1-292-21467-2.

WRICE, M. First steps in retail management. Macmillan education au, 2004, 385 s. ISBN:0732991625

FERNIE, J. - SPARKS, L. Logistics and retail management: Insights into current practice and trends from leading experts. Kogan Page publishers, 2004, 240 p. ISBN: 0749440910

ZENTES, J.: Strategic Retail Management. Gabler Betriebswirt.-Vlg, 2016
ISBN:978-3-658-10183-1

PRABHU TL, GURU M.: Retail Management: An Effective Management Strategy for Retail Store Managers. Nestfame Creations Pvt. Ltd., 2019.

Sylabus predmetu:

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Význam a funkcie obchodu
2. Odvetvie obchodu, obchodná firma, manažment obchodných firiem
3. Store retail – formáty maloobchodu
4. Obchodná logistika
5. Priestorová štruktúra maloobchodu
6. Metódy kvantifikácie územného plánovania
7. Plánovanie a organizovanie v obchodnej firme
8. Riadenia ľudských zdrojov v obchodnej firme
9. Vyžiadaná prednáška zástupcu vybranej obchodnej firmy
10. Riadenie pohybu tovaru v obchodnej firme
11. Tvorba ceny v obchodnej firme.
12. Kontrola, kontroling, rozhodovanie v obchodnej firme
13. Manažment obchodnej prevádzky v obchodnej firme

Semináre:

Úvodný seminár, oboznámenie sa s organizáciou práce na seminároch a s podmienkami priebežného a celkového hodnotenia. Úvod do problematiky - Význam, vymedzenie a funkcie obchodu v ekonomike

Štatistická klasifikácia ekonomických činností SK NACE

Charakteristické rysy retailingovej firmy

Typy maloobchodných prevádzok

Obchodná logistika

Územné usporiadanie retailu

Metódy kvantifikácie územného plánovania

Vedenie ľudí v obchodnej firme

Priebežná písomka

Vybrané rozhodnutie obchodnej firmy

Prezentácia semestrálnych заданий

Spotrebiteľské správanie

Nekalé obchodné praktiky

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., Ing. Katarína Petrovčíková, PhD.					
Dátum schválenia: 19.07.2022					
Dátum poslednej zmeny: 21.07.2022					
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22361/22	Názov predmetu: Purchasing and Sale
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: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Denné štúdium : projekt, priebežné testy , kombinovaná skúška vypracovanie a prezentácia semestrálnej práce - 15 %, výsledok semestrálneho testu - 15 %, aktivita na cvičeniach/seminároch - 10 %, záverečný písomný test a ústna skúška - 60 %.	
Pracovné zaťaženie študenta: <ul style="list-style-type: none">• 26 hodín účasť na prednáškach• 26 hodín príprava na prednášky• 26 hodín účasť na aktívnych formách štúdia (cvičenia)• 26 hodín príprava na aktívne formy štúdia (cvičenia)• 26 hodín príprava na priebežné hodnotenie• 52 hodín príprava na skúšku Spolu: 182 hod.	
Výsledky vzdelávania: <p>Cieľom predmetu je identifikovať aktivity súvisiace s nákupom a predajom, vychádzajúc zo základnej terminológie, cez vymedzenie nástrojov, všeobecne aplikovaných metód nákupu a predaja a predajných techník.</p> <p>Vedomosti: porozumieť problematike nákupu a predaja, jej významu, vývoju a implementácii v konkrétnych podmienkach, porozumieť problematike aplikovania marketingových prístupov v oblasti nákupu a predaja, plánov obchodných činností.</p> <p>Kompetentnosti: schopnosť pracovať s informáciami – vyhľadávať ich, selektovať, analyzovať a syntetizovať s orientáciou na tvorbu koncepcie nákupu a predaja, schopnosť predikovať scenáre ďalšieho vývoja.</p> <p>Zručnosti: schopnosť aplikovať inštrumentárium nákupu a predaja na konkrétnom príklade, kriticky vyhodnotiť situáciu, formulovať kritériá pre analýzu súčasného stavu, formulovať ciele stratégie nákupu a predaja.</p>	
Stručná osnova predmetu:	

Prednášky:

1. Teoretické základy nákupu, nákup v organizačnej štruktúre podniku
2. Rozdelenie úloh, zodpovedností a právomocí v rámci úrovni nákupných činností, charakteristika organizácie nákupu v podniku
3. Činnosti a kritériá organizácie nákupu
4. Interpodnikové vzťahy v oblasti nákupu a predaja
5. Marketingové chápanie nákupu. Strategický aspekt marketingu nákupu.
6. Ciele organizácie nákupu, faktory ovplyvňujúce nákupný proces, operatívny aspekt marketingu nákupu.
7. Špecifikácia nákupných činností. Nákup cez internet. Mobilné nakupovanie.
8. Postavenie predajných činností v podniku , prehľad činností predaja v podniku , riziká predaja.
9. Obchodný personál , prognózovanie predaja a riadenie sektora predaja
10. Modifikácia nákupných a predajných činností podniku vplyvom krízovej situácie
11. Stratégie na stabilizáciu podnikovej krízy. Analýza portfólia produktov, analýza portfólia zákazníkov
12. Nové trendy v podnikových činnostiach - podpora dátovej transparentnosti, digitalizácia
13. Nové trendy v obchodovaní na internete

Semináre:

1. Úvodné cvičenie, oboznámenie s podmienkami práce na cvičení, s podmienkami na udelenie priebežného hodnotenia a absolvovanie skúšky. Opakovanie základných pojmov a definícií.
2. Miera centralizácie a decentralizácie rozhodovania v nákupe, formy centralizácií a decentralizácií.
3. Nákup v organizačnej štruktúre podniku.
4. Riziká nákupu: príklady, modelované situácie.
5. Interpodnikové vzťahy v oblasti podniku nákupu a predaja. Analýza základných vzťahov siete interpodnikovej spolupráce, analýza vzťahov zákazník dodávateľ.
6. Priebežné hodnotenie č. 1 - písomná previerka v 5. týždni.
7. Marketingové chápanie nákupu. – procesy, analýza potrieb, klasifikácia nákupov, analýza a voľba trhu nákupu, vizualizácia portfólia nákupu, diagnostika situácie, plán nákupu.
8. Riziká predaja, príklady, modelované situácie.
9. Obchodný personál, jeho poslanie, úlohy.
10. Prognózovanie predaja, tvorba akčného plánu, tvorba strategického plánu, tvorba operatívneho plánu.
11. Riadenie sektora predaja. Marketing predaja. Príklady, modelové situácie.
12. Priebežné hodnotenie č. 2 - písomná previerka v 11. týždni. Analýza portfólia produktov a analýza portfólia zákazníkov. Analýzy, príklady, modelové situácie.
13. Odovzdanie a prezentovanie seminárnej práce.

Odporúčaná literatúra:

YOSHIDA, J. Increasing Sales Through Relationship Marketing. 2011, 104 p.

ISBN-13:978-14466415832.

CHLOE, T. Customer Persuasion, 2016, 252, Createspace, ISBN 97809926612743.

BLOUNT, J. Sales EQ, 2017, John Wiley & Sons Inc., 320 p., EAN97811193125744.

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Teoretické základy nákupu, nákup v organizačnej štruktúre podniku
2. Rozdelenie úloh, zodpovedností a právomocí v rámci úrovni nákupných činností, charakteristika organizácie nákupu v podniku
3. Činnosti a kritériá organizácie nákupu
4. Interpodnikové vzťahy v oblasti nákupu a predaja

5. Marketingové chápanie nákupu. Strategický aspekt marketingu nákupu.
6. Ciele organizácie nákupu, faktory ovplyvňujúce nákupný proces, operatívny aspekt marketingu nákupu.
7. Špecifikácia nákupných činností. Nákup cez internet. Mobilné nakupovanie.
8. Postavenie predajných činností v podniku , prehľad činností predaja v podniku , riziká predaja.
9. Obchodný personál , prognózovanie predaja a riadenie sektora predaja
10. Modifikácia nákupných a predajných činností podniku vplyvom krízovej situácie
11. Stratégie na stabilizáciu podnikovej krízy. Analýza portfólia produktov, analýza portfólia zákazníkov
12. Nové trendy v podnikových činnostiach - podpora dátovej transparentnosti, digitalizácia
13. Nové trendy v obchodovaní na internete

Semináre:

1. Úvodné cvičenie, oboznámenie s podmienkami práce na cvičení, s podmienkami na udelenie priebežného hodnotenia a absolvovanie skúšky. Opakovanie základných pojmov a definícií.
2. Miera centralizácie a decentralizácie rozhodovania v nákupe, formy centralizácií a decentralizácií.
3. Nákup v organizačnej štruktúre podniku.
4. Rizika nákupu: príklady, modelované situácie.
5. Interpodnikové vzťahy v oblasti podniku nákupu a predaja. Analýza základných vzťahov siete interpodnikovej spolupráce, analýza vzťahov zákazník dodávateľ.
6. Priebežné hodnotenie č. 1 - písomná previerka v 5. týždni.
7. Marketingové chápanie nákupu. – procesy, analýza potrieb, klasifikácia nákupov, analýza a voľba trhu nákupu, vizualizácia portfólia nákupu, diagnostika situácie, plán nákupu.
8. Riziká predaja, príklady, modelované situácie.
9. Obchodný personál, jeho poslanie, úlohy.
10. Prognózovanie predaja, tvorba akčného plánu, tvorba strategického plánu, tvorba operatívneho plánu.
11. Riadenie sektora predaja. Marketing predaja. Príklady, modelové situácie.
12. Priebežné hodnotenie č. 2 - písomná previerka v 11. týždni. Analýza portfólia produktov a analýza portfólia zákazníkov. Analýzy, príklady, modelové situácie.
13. Odovzdanie a prezentovanie seminárnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: doc. Ing. Erik Weiss, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 21.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22362/22	Názov predmetu: Marketing Management
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: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Semestrálne zadanie, priebežný test. Skúška. Vypracovanie a prezentácia semestrálneho zadania – 20 %, výsledok semestrálneho testu – 10 %, aktivita na cvičeniach/seminároch – 10 %. Skúška – 60 %.	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovné zaťaženie (v hodinách): účasť na prednáškach – 26 hod., účasť na cvičeniach – 26 hod., príprava na cvičenia – 26 hod., spracovanie semestrálneho zadania – 26 hod., príprava na semestrálny test – 26 hod., príprava na skúšku – 52 hod. Spolu: 182 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je rozvíjať marketingové znalosti a zručnosti potrebné pre úspešného manažéra, aby boli študenti schopní posudzovať a riešiť spektrum marketingových otázok a problémov súvisiacich s komplexným problémom riadenia dopytu, či vytváraním efektívnych marketingových stratégií na dosiahnutie cieľov organizácie v operatívnej aj strategickej rovine. Vedomosti: Študenti získavajú základné teoretické vedomosti o súčasných výzvach a problémoch v oblasti riadenia marketingových aktivít, ako aj schopnosť porozumieť prepojeniu a možnostiam využitia marketingových nástrojov, ako aj jednotlivých konceptov v prostredí podniku. Kompetentnosti: Z nadobudnutých teoretických vedomostí sú študenti schopní systematizovať svoje znalosti z oblasti marketingového manažmentu vo väzbe k požiadavkám podnikateľskej praxe, ako aj kreovať	

komplexné myslenie a vnímanie marketingu ako súčasti manažérskeho rozhodovania s ohľadom na zodpovednosť voči spoločnosti.

Zručnosti:

Študenti sú schopní aplikovať získané vedomosti pri tvorbe marketingových stratégií podniku. Rozvíjajú schopnosť systematicky vyhľadávať, analyzovať a spracovať potrebné informácie pre spracovanie semestrálneho zadania. Súčasne pri spracovaní semestrálneho zadania rozvíjajú aj tzv. soft skills, ako práca v tíme a komunikačné zručnosti.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Podstata marketingového manažmentu.
2. Tradičná a racionálna koncepcia marketingového manažmentu.
3. Proces marketingového riadenia
4. Zisťovanie marketingových informácií a analýza marketingových príležitostí
5. Marketingový výskum a výber cieľových trhov
6. Stratégie udržateľného marketingového mixu
7. Projektovanie marketingových stratégií
8. Orientácia marketingového manažmentu na zákazníka
9. Príprava trhovej ponuky
10. Poskytovanie hodnoty
11. Meranie účinnosti a efektívnosti marketingových aktivít
12. Marketingový manažér
13. Obsluha globálnych trhov a nové trendy v marketingovom manažmente

Semináre:

1. Úvodný seminár, oboznámenie sa s organizáciou práce na seminároch a s podmienkami priebežného a celkového hodnotenia. Úvod do problematiky – marketingový manažment.
2. Prechod od marketingu zameraného na produkt na marketing zameraný na zákazníka
3. Zisťovanie marketingových informácií
4. Marketingový výskum
5. Marketingový mix – aplikácia na vybranom podniku
6. Značka – aplikácia na vybranom podniku
7. Cenová stratégia - aplikácia na vybranom podniku
8. Distribúcia - aplikácia na vybranom podniku
9. Komunikácia - aplikácia na vybranom podniku
10. Priebežný písomný test
11. Prezentovanie spracovaných semestrálnych zadaní
12. Prezentovanie spracovaných semestrálnych zadaní
13. Marketingový manažér

Odporúčaná literatúra:

HOLLENSSEN, S. Marketing Management: A relationship approach. Pearson, 2019, 728 p. ISBN 9781292291444

MARSHALL, G., JOHNSTON, M. Marketing Management. McGraw-Hill, 2021, 1392 p. ISBN 978-1260084993

DIMITRIADIS, N., JOVANOVIĆ DIMITRIADIS, N., NEY J. Advanced Marketing Management: Principles, Skills and Tools. Kogan Page, 2018, 320 p. ISBN 978-0749480370

KOTABE, M., HELSEN, K. Global Marketing Management 8th Edition. Wiley, 2020, 768 p. ISBN 978-1119563112

GUPTA, C.B., NAIR, R. Marketing Management: Text & Cases. Sultan Chand and Sons, 2020, 500p. ISBN 978-9351611219

Journals: Journal of marketing research, European journal of marketing, Marketing review

Sylabus predmetu:**Prednášky:**

1. Podstata marketingového manažmentu.
2. Tradičná a racionálna koncepcia marketingového manažmentu.
3. Proces marketingového riadenia
4. Zisťovanie marketingových informácií a analýza marketingových príležitostí
5. Marketingový výskum a výber cieľových trhov
6. Stratégie udržateľného marketingového mixu
7. Projektovanie marketingových stratégií
8. Orientácia marketingového manažmentu na zákazníka
9. Príprava trhovej ponuky
10. Poskytovanie hodnoty
11. Meranie účinnosti a efektívnosti marketingových aktivít
12. Marketingový manažér
13. Obsluha globálnych trhov a nové trendy v marketingovom manažmente

Semináre:

1. Úvodný seminár, oboznámenie sa s organizáciou práce na seminároch a s podmienkami priebežného a celkového hodnotenia. Úvod do problematiky – marketingový manažment.
2. Prechod od marketingu zameraného na produkt na marketing zameraný na zákazníka
3. Zisťovanie marketingových informácií
4. Marketingový výskum
5. Marketingový mix – aplikácia na vybranom podniku
6. Značka – aplikácia na vybranom podniku
7. Cenová stratégia - aplikácia na vybranom podniku
8. Distribúcia - aplikácia na vybranom podniku
9. Komunikácia - aplikácia na vybranom podniku
10. Priebežný písomný test
11. Prezentovanie spracovaných semestrálnych zadaní
12. Prezentovanie spracovaných semestrálnych zadaní
13. Marketingový manažér

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD.**Dátum schválenia:** 19.07.2022**Dátum poslednej zmeny:** 25.07.2022**Schválil:** osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22363/22	Názov predmetu: Trade Operations
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: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie: spolu za semester 100%. Priebežné hodnotenie: 40 % (test/písomné preverenie vedomostí: 20 %, individuálna aktivita: 20 %). Skúška: 60 % (Spracovanie a prezentovanie samostatnej práce/projektu: 20 %, písomná a ústna časť skúšky: 40 %). Spolu: cvičenia + skúška - minimálne 51% na hodnotenie dostatočne a zároveň zo skúšky minimálne 51%. Na splnenie podmienok priebežného hodnotenia je potrebné spracovanie projektu, ktorý je hodnotený tak, že 90 % z hodnotenia určeného pre projekt predstavuje kreativita a 10 % predstavujú technické, štylistické, gramatické a iné aspekty.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celková záťaž: účasť na prednáškach – 26 h, príprava na prednášky – 4,5 h, účasť na aktívnych formách – 26 h, príprava na aktívne formy – 26 h, spracovanie samostatnej práce/projektu – 52 h, príprava na semestrálny test – 6,5 h, príprava na písomné a ústne priebežné hodnotenie – 15 h. Spolu: 156 h.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je osvojiť si systém zahranično-obchodných operácií a medzinárodného platobného styku s dôrazom na kvalitu domáceho i medzinárodného podnikateľského prostredia. Znalosť modelovanie rôznych obchodných transakcií v procese globalizácie a porovnanie výsledkov s podnikateľskou praxou podnikov. Vedomosti:	

Študenti získavajú základné teoretické vedomosti o zahranično-obchodných operáciách a medzinárodnom platobnom styku, ako aj schopnosť porozumieť zahraničnému obchodu SR a spoločnej obchodnej politike Európskej únie.

Kompetentnosti:

Študenti sú schopní využiť nadobudnuté vedomosti vo väzbe k požiadavkám podnikateľskej praxe a aplikovať ich pri spracovaní kúpnej zmluvy v zahraničnom obchode, posúdení rizík v zahraničnom obchode a medzinárodnom platobnom styku, ako aj spracovať dovozný a vývozný obchodný prípad v zahraničnom obchode.

Zručnosti:

Z nadobudnutých teoretických vedomostí sú študenti schopní systematizovať svoje znalosti o medzinárodných obchodných transakciách, kriticky vyhodnotiť situáciu, posúdiť vhodnosť jednotlivých druhov obchodných operácií pre konkrétne prípady, či navrhnúť riešenia v oblastiach zjednodušenia a zrýchlenia obchodných transakcií.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Organizačná štruktúra inštitúcií vo sfére ZO. Zahraničný obchod SR.
2. Spoločná obchodná politika Európskej únie.
3. Kúpna zmluva v zahraničnom obchode.
4. Špecifické typy obchodných operácií v procese globalizácie a internacionalizácie.
5. Riziká v zahraničnom obchode.
6. Nové formy financovania medzinárodného obchodu.
7. Technické prekážky v zahraničnom obchode.
8. Clá v zahraničnom obchode.
9. Tvorba cien v medzinárodnom obchode.
10. Dovozný a vývozný obchodný prípad v zahraničnom obchode.
11. Proces zjednodušenia a zrýchlenia obchodných transakcií v rámci EÚ.
12. Obchodné rokovanie a jeho fázy.
13. Etika v obchodnom styku so zahraničným partnerom.

Semináre:

1. Úvodné informácie. Podmienky získania priebežného hodnotenia.
2. Riešenie prípadových štúdií na poznatkovej báze teória obchodu a globalizácia – práca v skupinách.
3. Riešenie organizačnej štruktúry inštitúcií vo sfére ZO. Zahraničný obchod SR. Spoločná obchodná politika Európskej únie – práca v skupinách.
4. Diskusia k špecifickým typom obchodných operácií v procese globalizácie a internacionalizácie.
5. Riešenie kúpnej zmluvy v zahraničnom obchode – práca v skupinách.
6. Riešenie rizík v zahraničnom obchode – práca v skupinách.
7. Kontrolná písomná previerka.
8. Prípadová štúdia k aktuálnym témam – práca v skupinách a prezentácia samostatných prác/projektov.
9. Riešenie problematiky cien v zahraničnom obchode – práca v skupinách a prezentácia samostatných prác/projektov.
10. Riešenie tvorby cien v medzinárodnom obchode – práca v skupinách a prezentácia samostatných prác/projektov.
11. Riešenie dovozného a vývozného obchodného prípadu v zahraničnom obchode – práca v skupinách a prezentácia samostatných prác/projektov.
12. Proces zjednodušenia a zrýchlenia obchodných transakcií v rámci EÚ – práca v skupinách a prezentácia samostatných prác/projektov.
13. Sumarizácia poznatkov a stanovenie priebežného hodnotenia predmetu.

Odporúčaná literatúra:

- BRAND, R.A. International Business Transactions Fundamentals. Kluwer Law International;, 2018, 1264 p. ISBN 978-9041190925
- FELLMETH, A.X. Introduction to International Business Transactions. Edward Elgar Pub, 2020, 864 p. ISBN 978-1839107412
- CHOW, D.C.K., SCHOENBAUM, T.J. International Business Transactions: Problems, Cases, and Materials. Wolters Kluwer, 2020, 864 p. ISBN 978-1543801040
- BRADLOW, D.D., FINKELSTEIN, J.G. Negotiating Business Transactions: An Extended Simulation Course. Wolters Kluwer, 2018, 304 p. ISBN 9781454888451
- FOLSOM, R., VAN ALSTINE, M., RAMSEY, M. International Business Transactions: A Problem-Oriented Coursebook. West Academic Publishing, 2019, 1332 p. ISBN 978-1640202566

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Organizačná štruktúra inštitúcií vo sfére ZO. Zahraničný obchod SR.
2. Spoločná obchodná politika Európskej únie.
3. Kúpna zmluva v zahraničnom obchode.
4. Špecifické typy obchodných operácií v procese globalizácie a internacionalizácie.
5. Riziká v zahraničnom obchode.
6. Nové formy financovania medzinárodného obchodu.
7. Technické prekážky v zahraničnom obchode.
8. Clá v zahraničnom obchode.
9. Tvorba cien v medzinárodnom obchode.
10. Dovozný a vývozný obchodný prípad v zahraničnom obchode.
11. Proces zjednodušenia a zrýchlenia obchodných transakcií v rámci EÚ.
12. Obchodné rokovanie a jeho fázy.
13. Etika v obchodnom styku so zahraničným partnerom.

Semináre:

1. Úvodné informácie. Podmienky získania priebežného hodnotenia.
2. Riešenie prípadových štúdií na poznatkovej báze teória obchodu a globalizácia – práca v skupinách.
3. Riešenie organizačnej štruktúry inštitúcií vo sfére ZO. Zahraničný obchod SR. Spoločná obchodná politika Európskej únie – práca v skupinách.
4. Diskusia k špecifickým typom obchodných operácií v procese globalizácie a internacionalizácie.
5. Riešenie kúpnej zmluvy v zahraničnom obchode – práca v skupinách.
6. Riešenie rizík v zahraničnom obchode – práca v skupinách.
7. Kontrolná písomná previerka.
8. Prípadová štúdia k aktuálnym témam – práca v skupinách a prezentácia samostatných prác/projektov.
9. Riešenie problematiky cien v zahraničnom obchode – práca v skupinách a prezentácia samostatných prác/projektov.
10. Riešenie tvorby cien v medzinárodnom obchode – práca v skupinách a prezentácia samostatných prác/projektov.
11. Riešenie dovozného a vývozného obchodného prípadu v zahraničnom obchode – práca v skupinách a prezentácia samostatných prác/projektov.
12. Proces zjednodušenia a zrýchlenia obchodných transakcií v rámci EÚ – práca v skupinách a prezentácia samostatných prác/projektov.
13. Sumarizácia poznatkov a stanovenie priebežného hodnotenia predmetu.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: anglický					
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: doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., Ing. Katarína Petrovčíková, PhD., doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.					
Dátum schválenia: 19.07.2022					
Dátum poslednej zmeny: 25.07.2022					
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22364/22	Názov predmetu: Marketing Communication
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: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Denné štúdium: Hodnotenie: spolu za semester 100 %. Priebežné hodnotenie: 40 %: - tímové semestrálne zadanie – 20 %, - písomná previerka – 10%, - aktivita – 10% Skúška: 60 %. Spolu: cvičenia + skúška - minimálne 51% na hodnotenie dostatočne a zároveň zo skúšky minimálne 51%. Tím pre spracovanie semestrálneho zadania pozostáva z 3 členov a výber členov tímu bude vykonaný náhodne. Hodnotenie semestrálneho zadania sa vykonáva tímovo. Všetci členovia tímu získajú rovnaké hodnotenie.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové zaťaženie: prednášky: 26 h cvičenia: 26 h príprava na písomný test: 20 h príprava na aktívne formy: 26 h príprava na záverečnú skúšku: 26 h príprava tímového semestrálneho zadania: 32 h Spolu: 156 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je aplikovať teoretické poznatky a znalosti z oblasti marketingovej komunikácie pre riešenie konkrétnych situácií v aktivitách podnikov pôsobiacich na súčasnom trhu. Vedomosti: Študent absolvovaním predmetu získa teoretické vedomosti s nadväznosťou na praktickú realizáciu marketingovej komunikácie, aktuálnych trendov v oblasti online komunikácie a marketingovej komunikácie na sociálnych sieťach spolu s efektívnym využitím databáz. Prehľadujú si zručnosti z práce s údajmi, aplikácie teoretických poznatkov v analýzach, v interpersonálnej komunikácii,	

kolaborácii ako aj schopnosti adresovať a prijímať kritiku, zručnosti prezentovať a komunikovať výsledky svojich zistení. Prehľbujú sa tu tiež ich schopnosti v kolaborácii s využitím IKT.

Kompetentnosti:

Študenti poznajú princípy úspešnej realizácie marketingovej komunikácie podnikových subjektov hospodárskej praxe s využitím komplexných znalostí teoretických a praktických. Kompetentnosti získané vo vyučovacom procese umožňujú tvorivo posudzovať základné súvislosti v riadení komunikačných aktivít podnikateľských subjektov a rozhodovať na základe ich poznania. Cieľom je dosiahnuť vysoký stupeň samostatnosti a predvídavosti v známom aj neznámom prostredí. Iniciatívne a zodpovedne pracovať ako súčasť pracovného tímu. Uplatnenie inovatívneho a tvorivého myslenia podporené odbornou prezentáciou výsledkov vlastného štúdia alebo praxe.

Zručnosti:

Študenti poznajú metodiku úspešnej segmentácie trhu, voľby vhodných nástrojov submixu marketingovej komunikácie a ich aplikáciu na alternatívnych komunikačných platformách s využitím digitálnych zručností. Počas seminárov je vytvorený pre každého poslucháča priestor pre zdôvodnenie ním realizovanej postupnosti krokov, overuje sa správnosť pochopenia a riešenia problémov, pričom do diskusie sa zapájajú aj ostatní poslucháči. Priebeh hodiny riadi vyučujúci, ktorý reaguje na prípadnú kritickú odozvu ostatných poslucháčov a usmerňuje vecnú polemiku rozoberaného problému. Za aktivitu študentov, vecné pripomienky a postrehy udeľuje vyučujúci body, ktoré sa započítavajú do hodnotenia predmetu. Podporuje tým záujem a aktivitu poslucháčov. Počas seminárov a skúšky študent pri kolektívnych analýzach ako aj obhajobe svojich analýz a námetov rozvíja svoje komunikačné schopnosti a schopnosť kritického myslenia.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Východiská marketingovej komunikácie.
2. Plánovanie marketingovej komunikácie.
3. Efektívna stratégia pre marketingovú komunikáciu.
4. Reklama a podpora predaja.
5. Priamy marketing.
6. Public relations.
7. Sponzoring a osobný predaj.
8. Marketingová komunikácia na internete 1.
9. Marketingová komunikácia na internete 2.
10. Marketingová komunikácia na trhoch B2B.
11. Medzinárodná marketingová komunikácia.
12. Trendy v marketingovej komunikácii.
13. Aplikácia efektívnej marketingovej komunikácie na príklade z praxe.

Semináre:

1. Úvod do predmetu, oboznámenie s podmienkami priebežného hodnotenia.
2. Plánovanie marketingovej komunikácie a prezentácia individuálnych zadaní.
3. Plánovanie stratégie marketingovej komunikácie: individuálna práca.
4. Reklama a podpora predaja: pozitívna a negatíva, riešenie prípadovej štúdie.
5. Priamy marketing: riešenie prípadovej štúdie, aplikácia na príklade z praxe.
6. Public relations: aktívne individuálne prezentovanie príkladov z praxe.
7. Písomný test, vytvorenie plánu sponzoringových aktivít vybraného subjektu.
8. Tréning techník zvládania námietok pri osobnom predaji.
9. Prípadová štúdia: marketingová komunikácia na internete.
10. Prípadová štúdia: marketingová komunikácia na internete.
11. Prezentácia semestrálnych zadaní a diskusia.
12. Prezentácia semestrálnych zadaní a diskusia.
13. Prezentácia semestrálnych zadaní a diskusia.

Odporúčaná literatúra:

SMITH, Pr. - ZOOK, Ze. Marketing Communications. Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies. Kogan Page. 2019. ISBN 0749-498-641
JUSKA, J. M. Integrated Marketing Communication: Advertising and Promotion in a Digital World. Routledge, 2017, 250 p. ISBN 978-1138695436
PERSUIT, J. M. Social Media and Integrated Marketing Communication: A Rhetorical Approach. Lexington Books, 2015, 144 p. ISBN 978-1498516167
ANDREWS, C. Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. Delmar Cengage Learning. 2013. ISBN 978-111-1580-216

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Východiská marketingovej komunikácie.
2. Plánovanie marketingovej komunikácie.
3. Efektívna stratégia pre marketingovú komunikáciu.
4. Reklama a podpora predaja.
5. Priamy marketing.
6. Public relations.
7. Sponzoring a osobný predaj.
8. Marketingová komunikácia na internete 1.
9. Marketingová komunikácia na internete 2.
10. Marketingová komunikácia na trhoch B2B.
11. Medzinárodná marketingová komunikácia.
12. Trendy v marketingovej komunikácii.
13. Aplikácia efektívnej marketingovej komunikácie na príklade z praxe.

Semináre:

1. Úvod do predmetu, oboznámenie s podmienkami priebežného hodnotenia.
2. Plánovanie marketingovej komunikácie a prezentácia individuálnych zadaní.
3. Plánovanie stratégie marketingovej komunikácie: individuálna práca.
4. Reklama a podpora predaja: pozitívna a negatíva, riešenie prípadovej štúdie.
5. Priamy marketing: riešenie prípadovej štúdie, aplikácia na príklade z praxe.
6. Public relations: aktívne individuálne prezentovanie príkladov z praxe.
7. Písomný test, vytvorenie plánu sponzoringových aktivít vybraného subjektu.
8. Tréning techník zvládania námietok pri osobnom predaji.
9. Prípadová štúdia: marketingová komunikácia na internete.
10. Prípadová štúdia: marketingová komunikácia na internete.
11. Prezentácia semestrálnych zadaní a diskusia.
12. Prezentácia semestrálnych zadaní a diskusia.
13. Prezentácia semestrálnych zadaní a diskusia.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., Ing. Katarína Petrovčíková, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 25.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22365/22	Názov predmetu: Product and Brand
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: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety: KOP PHF/PPO22362/22-Marketing Management alebo KOP PHF/PPO22364/22-Marketing Communication	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Denné štúdium: hodnotenie: spolu za semester 100% priebežné hodnotenie: 40% · vypracovanie a prezentácia semestrálnej práce - 15 % · výsledok semestrálneho testu - 15 % · aktivita na cvičeniach/seminároch - 10 %. Skúška - 60 %. Spolu: cvičenia + skúška - minimálne 51% na hodnotenie dostatočne a zároveň zo skúšky minimálne 51%.	
Pracovné zaťaženie študenta: Pracovné zaťaženie (v hodinách): • 26 hodín účasť na prednáškach, • 13 príprava na prednášky, • 26 h účasť na cvičeniach, • 13 hodín príprava na aktívne formy štúdia (cvičenia), • 13 hodín príprava na priebežné hodnotenie • 39 hodín príprava na skúšku. Celkom: 130 hodín.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť poznatky z oblasti kvality produktov, zdôrazňuje ich význam v konkurenčnom prostredí trhu, súčasné prístupy podnikov k ich riadeniu, zabezpečovaniu, analýze a zlepšovaniu. Poskytuje ucelený súbor poznatkov/informácií o úlohe produktu o jeho kvalite. Osvojenie si základov marketingu produktov a značiek môže teda byť k prežitiu na trhu kľúčovým. Tento predmet sa zameriava na charakteristiky a klasifikáciu produktov a procesu budovania a riadenia značky z pohľadu marketingového riadenia. Vedomosti: porozumieť problematike produktu a značky, objasnenie konceptov a stratégií týkajúcich sa riadenia značky	

Kompetentnosti: schopnosť pracovať s informáciami o produkte a značke

Zručnosti: schopnosť a zručnosti pri riadení značky z pohľadu racionálneho marketingového riadenia

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Produkt charakteristika, úrovne, význam, definície
2. Klasifikácia produktu, produktová hierarchia
3. Produktová politika, faktory determinujúce produktovú politiku, rozhodovanie o produktoch
4. Päť úrovní produktu – užitočnosť, základný produkt, idealizovaný očakávaný produkt, potenciálny produkt, rozšírenie produktov, nové produkty, proces vývoja nového produktu
5. Vzťah produktu a potreby, produktové stratégie, produktový mix
6. Životný cyklus výrobkov a marketingové stratégie
7. Marketing produktu a marketing služieb
8. Značka identita, hodnota značky
8. Stratégie riadenia značky, postavenie značky v produktovej stratégii
9. Brand positioning (pozícia značky)
10. Chránená obchodná značka, medzinárodná právna ochrana značky
11. Obal – ako piate P – Packaging, etiketa
12. Proces budovania a riadenia značky z pohľadu racionálneho marketingového riadenia
13. Stratégia tvorby značiek

Semináre:

1. Úvodné cvičenie, oboznámenie s podmienkami práce na cvičení, s podmienkami na udelenie priebežného hodnotenia a absolvovanie skúšky. Opakovanie základných pojmov a definícií. Rozdelenie zadaní.
2. Klasifikácia produktu, produktová hierarchia - príklady
3. Produktová politika, faktory determinujúce produktovú politiku
4. Proces vývoja nového produktu - prezentácie, príklady
5. Priebežné hodnotenie č. 1.
6. Identita značky vyjadrenie identity značky a jej význam, postavenie značky v produktovej stratégii - príklady, modelové situácie.
7. Pozícia značky - hodnota značky podstata hodnoty značky - príklady
8. Stratégia riadenia značky a jej kľúčové rozhodnutia - aplikácia na praktických príkladoch
9. Vytváranie hodnoty značky prvky značky, integrácia do marketingových programov - príklady
10. Etiketa – súčasť obalu, analýzy, príklady, modelové situácie.
11. Priebežné hodnotenie č. 2.
12. Zhrnutie učiva, opravné priebežné hodnotenie.
13. Odovzdanie a prezentovanie seminárnej práce.

Odporúčaná literatúra:

KAPFERER, J.-N.: The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term. London and Sterling: Kogan Page Limited

HOLT, D.B.: How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding. Boston: Harvard Business School Publishing.

STARK, J.: Product Lifecycle Management (Volume 1): 21st Century Paradigm for Product Realisation, Springer International Publishing, 2020, ISBN: 978-3-030-28863-1, 978-3-030-28864-8

RIES, L. Publisher: The 22 immutable laws of branding: how to build a product or service into a world-class brand, 2002, HarperBusiness, ISBN: 0060085185.

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Produkt charakteristika, úrovne, význam, definície
2. Klasifikácia produktu, produktová hierarchia
3. Produktová politika, faktory determinujúce produktovú politiku, rozhodovanie o produktoch
4. Päť úrovní produktu – užitočnosť, základný produkt, idealizovaný očakávaný produkt, potenciálny produkt, rozšírenie produktov, nové produkty, proces vývoja nového produktu
5. Vzťah produktu a potreby, produktové stratégie, produktový mix
6. Životný cyklus výrobkov a marketingové stratégie
7. Marketing produktu a marketing služieb
8. Značka identita, hodnota značky. Stratégie riadenia značky , postavenie značky v produktovej stratégii
9. Brand positioning (pozícia značky)
10. Chránená obchodná značka , medzinárodná právna ochrana značky
11. Obal – ako piate P – Packaging, etiketa
12. Proces budovania a riadenia značky z pohľadu racionálneho marketingového riadenia
13. Stratégia tvorby značiek

Semináre:

1. Úvodné cvičenie, oboznámenie s podmienkami práce na cvičení, s podmienkami na udelenie priebežného hodnotenia a absolvovanie skúšky. Opakovanie základných pojmov a definícií.

Rozdelenie zadání.

2. Klasifikácia produktu, produktová hierarchia - príklady
3. Produktová politika, faktory determinujúce produktovú politiku
4. Proces vývoja nového produktu - prezentácie, príklady
5. Priebežné hodnotenie č. 1.
6. Identita značky vyjadrenie identity značky a jej význam, postavenie značky v produktovej stratégii - príklady, modelové situácie.
7. Pozícia značky - hodnota značky podstata hodnoty značky - príklady
8. Stratégia riadenia značky a jej kľúčové rozhodnutia - aplikácia na praktických príkladoch
9. Vytváranie hodnoty značky prvky značky, integrácia do marketingových programov - príklady
10. Etiketa – súčasť obalu, analýzy, príklady, modelové situácie.
11. Priebežné hodnotenie č. 2.
12. Zhrnutie učiva, opravné priebežné hodnotenie.
13. Odovzdanie a prezentovanie seminárnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: doc. Ing. Erik Weiss, PhD., Ing. Jozef Gajdoš, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 25.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba

zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba
zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22366/22	Názov predmetu: Payment Systems
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety: KOP PHF/PPO22363/22-Trade Operations	
Podmienky na absolvovanie predmetu: aktivita na cvičeniach – 20 % výsledok semestrálneho testu – 20 % výsledok záverečnej písomnej skúšky – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie: účasť na prednáškach – 26 h účasť na cvičeniach – 26 h príprava na cvičenia – 13 h príprava na semestrálny test – 13 h príprava na skúšku – 26 h Spolu: 104 h	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je nadobudnutie komplexných poznatkov o obsahu a mechanizme použitia moderných i štandardných nástrojov platobného styku a schopnosti ich adekvátneho využitia v praxi. Vedomosti: orientácia v európskom a slovenskom bankovom systéme, poznatky o obsahu a náležitostiach moderných a štandardných nástrojov platobného styku, porozumenie princípom zúčtovania platieb, porozumenie platobným rizikám a spôsobom ich zabezpečenia. Zručnosti: aplikácia teoretických poznatkov pri rozhodovaní o výbere platobnej podmienky, osvojenie si mechanizmu použitia jednotlivých nástrojov platobného styku, schopnosť adekvátneho využitia jednotlivých platobných nástrojov v rámci obchodného prípadu. Kompetentnosti: personálne kompetentnosti rozvíjané samostatnou analýzou vybraných problémov platobného styku a formuláciou vlastných riešení, odborná kompetentnosť získaná aplikáciou poznatkov pri riešení reálnych obchodných prípadov,	

technické kompetentnosti rozvíjané spoznávaním technologickej stránky fungovania jednotlivých nástrojov platobného styku.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Vznik a vývoj peňazí.
2. Európska menová únia a bankový systém.
3. Hotovostný a bezhotovostný platobný styk.
4. Úhrada, inkaso, platobné karty.
5. Elektronické bankovníctvo, elektronické peniaze.
6. Platobné systémy.
7. Zmenka.
8. Šek.
9. Dokumentárny akreditív.
10. Dokumentárne inkaso.
11. Zabezpečovacie nástroje v platobnom styku.
12. Rozhodovanie o výbere platobnej podmienky.
13. Obchodné a platobné vzťahy v slovenskom maloobchode.

Cvičenia:

1. Úvod do platobného styku.
2. Zlato verzus kryptomeny.
3. Bankový systém SR.
4. Ochranné prvky bankoviek a mincí.
5. Bežný účet a mechanizmus použitia platobnej karty.
6. Elektronické peniaze verzus digitálna mena.
7. Semestrálny test.
8. Posúdenie zmenky.
9. Použitie šeku.
10. Obchodný prípad s použitím dokumentárneho akreditívu.
11. Obchodný prípad s použitím dokumentárneho inkasa.
12. Banková záruka v praxi.
13. Príklad rozhodovania o výbere platobnej podmienky.

Odporúčaná literatúra:

MANN, R. J. 2020. Payment Systems and Other Financial Transactions. New York: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-1-5438-0451-5

GORKA, J. 2017. Transforming Payment Systems in Europe. Palgrave Macmillan, 2017. ISBN 978-1-3497-1251-9

FRATIANNI, M., VON HAGEN, J.: The European Monetary System and European Monetary Union. Oxon: Routledge, 2019. ISBN 978-0-367-29186-0

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Vznik a vývoj peňazí.
2. Európska menová únia a bankový systém.
3. Hotovostný a bezhotovostný platobný styk.
4. Úhrada, inkaso, platobné karty.
5. Elektronické bankovníctvo, elektronické peniaze.
6. Platobné systémy.
7. Zmenka.
8. Šek.
9. Dokumentárny akreditív.

10. Dokumentárne inkaso.
11. Zabezpečovacie nástroje v platobnom styku.
12. Rozhodovanie o výbere platobnej podmienky.
13. Obchodné a platobné vzťahy v slovenskom maloobchode.

Cvičenia:

1. Úvod do platobného styku.
2. Zlato verzus kryptomeny.
3. Bankový systém SR.
4. Ochranné prvky bankoviek a mincí.
5. Bežný účet a mechanizmus použitia platobnej karty.
6. Elektronické peniaze verzus digitálna mena.
7. Semestrálny test.
8. Posúdenie zmenky.
9. Použitie šeku.
10. Obchodný prípad s použitím dokumentárneho akreditívu.
11. Obchodný prípad s použitím dokumentárneho inkasa.
12. Banková záruka v praxi.
13. Príklad rozhodovania o výbere platobnej podmienky.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: Ing. Katarína Petrovčíková, PhD., doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 01.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22367/22	Názov predmetu: Expertise Practice
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V súlade so zameraním odboru absolvuje študent prax, ktorá musí byť v ekonomickej oblasti. Pravidlá pre uznávanie praxe študentov PHF EU sú vypracované v súlade so Študijným poriadkom EU v Bratislave. Miesto praxe, dojednanie praxe, dohodu o praxi, odmenu za prácu počas praxe, podmienky praxe, a pod. si dohodnú študenti individuálne. Realizovať prax sa odporúča v podobe preddiplomovej praxe zameranej na rozpracovanie diplomovej práce, získanie podkladov, konzultácie s odborníkmi, a pod.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkom 104 hod.	
Výsledky vzdelávania: Hlavným cieľom predmetu je zabezpečiť prepojenie teoretickej a praktickej časti štúdia a súčasne umožniť študentom, aby si už počas štúdia mohli riešiť svoje budúce zamestnanie tak, aby mali možnosť preukázať zamestnávateľom aspoň čiastočné praktické skúsenosti. Vedomosti: schopnosť identifikovať praktické problémy súvisiace s odborom štúdia, porozumieť praktickým poznatkom súvisiacich s odborom štúdia. Kompetentnosti: zhrnúť získané skúsenosti súvisiace s odborom štúdia, roztriediť získané skúsenosti súvisiace s odborom štúdia. Zručnosti: aplikovať získané praktické poznatky na riešenie konkrétneho problému.	
Stručná osnova predmetu: V súlade so zameraním odboru absolvuje študent prax, ktorá musí byť v ekonomickej oblasti. Pravidlá pre uznávanie praxe študentov PHF EU sú vypracované v súlade so Študijným poriadkom EU v Bratislave. Miesto praxe, dojednanie praxe, dohodu o praxi, odmenu za prácu počas praxe, podmienky praxe, a pod. si dohodnú študenti individuálne. Realizovať prax sa odporúča v podobe preddiplomovej praxe zameranej na rozpracovanie diplomovej práce, získanie podkladov, konzultácie s odborníkmi, a pod.	

Prepojenie štúdia a hospodárskej praxe, pričom študent má možnosť získať praktické skúsenosti súvisiace s témou záverečnej práce.

Odporúčaná literatúra:

žiadna

Sylabus predmetu:

V súlade so zameraním odboru absolvuje študent prax, ktorá musí byť v ekonomickej oblasti.

Pravidlá pre uznávanie praxe študentov PHF EU sú vypracované v súlade so Študijným poriadkom EU v Bratislave. Miesto praxe, dojednanie praxe, dohodu o praxi, odmenu za prácu počas praxe, podmienky praxe, a pod. si dohodnú študenti individuálne. Realizovať prax sa odporúča v podobe preddiplomovej praxe zameranej na rozpracovanie diplomovej práce, získanie podkladov, konzultácie s odborníkmi, a pod.

Prepojenie štúdia a hospodárskej praxe, pričom študent má možnosť získať praktické skúsenosti súvisiace s témou záverečnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

NZ	Z
0.0	0.0

Vyučujúci: Ing. Jozef Gajdoš, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 01.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22368/22	Názov predmetu: Consumer Behaviour
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety: KOP PHF/PPO22362/22-Marketing Management alebo KOP PHF/PPO22364/22-Marketing Communication	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Požiadavky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie 40 %: - práca a aktivita na cvičeniach – 10 %, - test – 10 %, - semestrálne zadanie – 20 %. Skúška (60 %). Priebežné hodnotenie + skúška – minimálne 51 % na hodnotenie dostatočne a zároveň zo skúšky minimálne 51 %.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie: účasť na prednáškach – 26 hod. práca a účasť na cvičeniach – 26 hod. príprava na cvičenia, spracovanie semestrálneho zadania a príprava na test – 26 hod. príprava a absolvovanie skúšky – 26 hod. Spolu: 104 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je analyzovať spotrebiteľské správanie vo vzťahu k faktorom, ktoré ho formujú a ovplyvňujú a vyhodnocovať relevantné informácie pre formuláciu vhodnej marketingovej koncepcie. Vedomosti: Študenti získavajú základné teoretické vedomosti o nákupnom správaní spotrebiteľa, rozhodovacom procese spotrebiteľa, ako aj schopnosť porozumieť segmentácii a typológii spotrebiteľov a vplyvom pôsobiacim na spotrebiteľa a jeho proces rozhodovania. Kompetentnosti: Z nadobudnutých teoretických vedomostí sú študenti schopní posúdiť použiteľnosť teórií správania spotrebiteľa pri interpretácii toho, prečo sa spotrebiteľia správajú tak, ako sa správajú, ako aj	

pochopiť, vyhodnotiť a predpovedať správanie spotrebiteľa a riadiť identifikáciu kľúčových faktorov vplyvujúcich na spotrebiteľské správanie vo vzťahu k voľbe marketingovej koncepcie.

Zručnosti:

Študenti rozvíjajú analytické uvažovanie o psychológii spotrebiteľov a predikcii toho, ako môže marketingová taktika ovplyvniť dopyt po produktoch a službách. Súčasne prehľbujú svoje zručnosti v oblasti vyhľadávania, získavania, spracovania, analyzovania a vyhodnocovania informácií potrebných pre formuláciu marketingovej koncepcie v nadväznosti na špecifiká spotrebiteľa a faktory, ktoré ho ovplyvňujú jeho správanie.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Zákazník a spotrebiteľ. Spotrebiteľský trh.
2. Osobnosť a spotrebiteľské správanie.
3. Typológia spotrebiteľov.
4. Modely spotrebiteľského správania.
5. Determinanty spotrebiteľského správania.
6. Psychologické aspekty spotrebiteľského správania
7. Vplyv kultúry na spotrebiteľské správanie
8. Rozhodovací proces a proces spotrebiteľského správania
9. Správanie sa spotrebiteľa a výskum trhu.
10. Nákupné správanie v online prostredí.
11. Spotrebiteľ, produkt a značka.
12. Marketing, etika a spoločenské zodpovednosť v dnešnej konzumnej spoločnosti
13. Globálne a európske trendy spotrebiteľského správania

Semináre:

1. Organizácia práce počas semestra, podmienky zápočtu.
2. Zákazník a spotrebiteľ.
3. Strom potreby.
4. Model spotrebiteľského správania – rozpoznanie problému.
5. Model spotrebiteľského správania – hľadanie informácií.
6. Model spotrebiteľského správania – zdroje informácií.
7. Model spotrebiteľského správania – hodnotenie alternatív.
8. Model spotrebiteľského správania – výber produktu.
9. Model spotrebiteľského správania – ponákupné správanie.
10. Spotrebiteľ v online prostredí a vo svete.
11. Spotrebiteľ, produkt a značka.
12. Marketing, etika a spoločenské zodpovednosť
13. Vyhodnotenie semestra.

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

MOTHERSBAUGH, D. et al. Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. McGraw-Hill Education, 2019, 832 p. ISBN 978-1260100044

PHILLIPS, D. Consumer Behavior and Insights. Oxford University Press, 2021, 576 p. ISBN 978-0190857134

LANTOS, G. P. Consumer Behavior in Action. Real-life Applications for Marketing Managers. New York: Routledge, 2015, 648 p. ISBN 9781315705439

Doplňujúca literatúra:

EAST, R. Consumer Behaviour: Applications in Marketing. SAGE Publications Ltd, 2017, 368 p. ISBN 978-1473919501

SCHIFFMAN, L., WISENBLIT, J. Consumer Behavior (What's New in Marketing). Pearson,

2018, 512 p. ISBN 978-0134734828

SOLOMON, M. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. Pearson, 2016, 624 p. ISBN 978-0134129938

MAISON, D. Qualitative Marketing Research: Understanding Consumer Behaviour. Routledge, 2018, 546 p. ISBN 978-1138607767

Časopisy: Journal of Consumer Behaviour

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Zákazník a spotrebiteľ. Spotrebiteľský trh.
2. Osobnosť a spotrebiteľské správanie.
3. Typológia spotrebiteľov.
4. Modely spotrebiteľského správania.
5. Determinanty spotrebiteľského správania.
6. Psychologické aspekty spotrebiteľského správania
7. Vplyv kultúry na spotrebiteľské správanie
8. Rozhodovací proces a proces spotrebiteľského správania
9. Správanie sa spotrebiteľa a výskum trhu.
10. Nákupné správanie v online prostredí.
11. Spotrebiteľ, produkt a značka.
12. Marketing, etika a spoločenské zodpovednosť v dnešnej konzumnej spoločnosti
13. Globálne a európske trendy spotrebiteľského správania

Semináre:

1. Organizácia práce počas semestra, podmienky zápočtu.
2. Zákazník a spotrebiteľ.
3. Strom spotreby.
4. Model spotrebiteľského správania – rozpoznanie problému.
5. Model spotrebiteľského správania – hľadanie informácií.
6. Model spotrebiteľského správania – zdroje informácií.
7. Model spotrebiteľského správania – hodnotenie alternatív.
8. Model spotrebiteľského správania – výber produktu.
9. Model spotrebiteľského správania – ponákupné správanie.
10. Spotrebiteľ v online prostredí a vo svete.
11. Spotrebiteľ, produkt a značka.
12. Marketing, etika a spoločenské zodpovednosť
13. Vyhodnotenie semestra.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 21.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22369/22	Názov predmetu: Green 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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety: KOP PHF/PPO22362/22-Marketing Management	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: 40 % písomná previerka – 30 %, aktivita – 10 %. Skúška - 60 %, z toho: spracovanie a prezentovanie samostatnej práce/projektu - 20 %, písomná a ústna časť skúšky - 40 %.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie: prednášky: 26 hod. cvičenia: 26 hod. príprava projektu: 13 hod. príprava na písomný test: 13 hod. príprava na záverečnú skúšku: 26 hod. Spolu: 104 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je identifikovať súvislosti medzi udržateľným rozvojom ako jednej z priorit vládnej politiky a podnikateľskej sféry. Vedomosti: Úspešným absolvovaním predmetu študenti získajú vedomosti a praktické implikácie v oblasti zeleného marketingu, ktorý spája dva protichodné smery: dosahovanie ekonomického rastu a pozitívnych hospodárskych výsledkov v kontexte udržateľného rozvoja, aplikovania etického prístupu k podnikaniu s rešpektovaním požiadaviek na ochranu životného prostredia ako novú dimenziu orientácie spotrebiteľov Kompetentnosti: Študenti absolvovaním predmetu získajú kompetencie v oblasti kritického myslenia pri práci s informáciami, pri generovaní relevantných výstupov analýz a prezentovaní výsledkov. Cieľom je dosiahnuť vysoký stupeň samostatnosti a predvídavosti s uplatnením inovatívneho a tvorivého myslenia s dôrazom na udržateľný rozvoj podporený prezentáciou výsledkov vlastného štúdia.	

Zručnosti:

Študenti bez ohľadu na formu prípadovej štúdie budú profitovať z hĺbkových diskusií a praktických riešení, ktoré vyplývajú zo vzdelávania pomocou metód využívajúcich prípadové štúdie. Pomocou aplikovaných vyučovacích metód študenti získajú kompetencie v oblasti implementovania zeleného marketingu v podnikovo hospodárskej praxi, ktoré budú môcť uplatniť v ich budúcej profesijnej kariére.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Definovanie zeleného marketingu a stanovenie jeho cieľov.
2. Charakteristika princípov spoločenskej zodpovednosti podnikov v teórii trvalo udržateľného rozvoja.
3. Historický vývoj ekologického marketingu spolu s rozvojom očakávaní spotrebiteľov od výroby a dodávky poskytovaných tovarov a služieb pri súčasnom rešpektovaní trvalo udržateľného rozvoja.
4. Vývojové trendy v správaní spotrebiteľov.
5. Produktová politika a brand manažment zeleného marketingu.
6. Balenie a reverzná logistika v zelenom marketingu.
7. Cirkulárna ekonómia verzus zelený marketing
8. Problém "greenwashingu".
9. Zaradte politiku do ekologického marketingu a cenovej politiky do zeleného marketingu.
10. Marketingová komunikácia v zelenom marketingu.
11. Zákon o zálohovaní jednorazových nápojových obalov, vratných plastových a kovových nápojových obalov
12. Aplikácia zeleného marketingu na príklade z praxe - prednáška odborníka z praxe.
13. Súhrn poznatkov a odporúčaní z hľadiska potenciálu uplatnenia poznatkov v hospodárskej praxi v súvislosti s implementáciou Agendy 2030 v zelenom marketingu.

Semináre:

1. Diskusia o tom, ako aplikovať zelený marketing v praxi. Príležitosti a obmedzenia. Zadanie výberu semestrálneho projektu.
2. Prezentácia projektov prípadových štúdií aplikácie zeleného marketingu vo vybranej praxi riadenia podniku.
3. Uplatňovanie spoločensky zodpovednej zásady v podmienkach vybraného subjektu. Prezentácia, diskusia, diskusia.
4. Uplatňovanie spoločensky zodpovednej zásady v podmienkach vybraného subjektu. Prezentácia, diskusia, diskusia. Vyhodnotenie prezentácií.
5. Produktová politika v súvislosti s determinantmi ekologického marketingu. Riadenie značky zeleného marketingu. Prezentácia, diskusia, diskusia. Vyhodnotenie prezentácií.
6. Balenie a reverzná logistika vo vybranej praxi.
7. Cirkulárna ekonómia verzus zelený marketing. Prezentácia, diskusia, diskusia
8. Politika lokality a reverzná logistika v súvislosti s determinantmi ekologického marketingu. Prezentácia, diskusia, diskusia. Vyhodnotenie prezentácií.
9. Komunikačný mix v súvislosti s determinantmi ekologického marketingu. Prezentácia, diskusia, diskusia. Vyhodnotenie prezentácií.
10. Terénna práca zameraná na zber pozitívnych a negatívnych pozorovaní z hľadiska dodržiavania zásad ekologického marketingu.
11. Vypracovanie štúdie implementácie ekologického marketingu v maloobchodnej praxi.
12. Greenwashing a postrehy z terénu, prezentácia pred publikom.
13. Hodnotenie činností.

Odporúčaná literatúra:

OTTOMAN, J. A. The New Rules of Green Marketing. Sheffield: Greenleaf Publishing Limited.,2011. ISBN 978-1-60509-868-5
SHARP, B. Marketing: Theory, Evidence, Practice. Oxford: Oxford University Press., 2017. 832s. ISBN 988-01-9559-029-6
BAKER, S. In Pursuit of Sustainable Development. London: Routledge, 2010. 256 s. ISBN978-041-55-9962-7

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Definovanie zeleného marketingu a stanovenie jeho cieľov.
2. Charakteristika princípov spoločenskej zodpovednosti podnikov v teórii trvalo udržateľného rozvoja.
3. Historický vývoj ekologického marketingu spolu s rozvojom očakávaní spotrebiteľov od výroby a dodávky poskytovaných tovarov a služieb pri súčasnom rešpektovaní trvalo udržateľného rozvoja.
4. Vývojové trendy v správaní spotrebiteľov.
5. Produktová politika a brand manažment zeleného marketingu.
6. Balenie a reverzná logistika v zelenom marketingu.
7. Cirkulárna ekonómia verzus zelený marketing
8. Problém "greenwashingu".
9. Zaradíte politiku do ekologického marketingu a cenovej politiky do zeleného marketingu.
10. Marketingová komunikácia v zelenom marketingu.
11. Zákon o zálohovaní jednorazových nápojových obalov, vratných plastových a kovových nápojových obalov
12. Aplikácia zeleného marketingu na príklade z praxe - prednáška odborníka z praxe.
13. Súhrn poznatkov a odporúčaní z hľadiska potenciálu uplatnenia poznatkov v hospodárskej praxi v súvislosti s implementáciou Agendy 2030 v zelenom marketingu.

Semináre:

1. Diskusia o tom, ako aplikovať zelený marketing v praxi. Príležitosti a obmedzenia. Zadanie výberu semestrálneho projektu.
2. Prezentácia projektov prípadových štúdií aplikácie zeleného marketingu vo vybranej praxi riadenia podniku.
3. Uplatňovanie spoločensky zodpovednej zásady v podmienkach vybraného subjektu. Prezentácia, diskusia, diskusia.
4. Uplatňovanie spoločensky zodpovednej zásady v podmienkach vybraného subjektu. Prezentácia, diskusia, diskusia. Vyhodnotenie prezentácií.
5. Produktová politika v súvislosti s determinantmi ekologického marketingu. Riadenie značky zeleného marketingu. Prezentácia, diskusia, diskusia. Vyhodnotenie prezentácií.
6. Balenie a reverzná logistika vo vybranej praxi.
7. Cirkulárna ekonómia verzus zelený marketing. Prezentácia, diskusia, diskusia
8. Politika lokality a reverzná logistika v súvislosti s determinantmi ekologického marketingu. Prezentácia, diskusia, diskusia. Vyhodnotenie prezentácií.
9. Komunikačný mix v súvislosti s determinantmi ekologického marketingu. Prezentácia, diskusia, diskusia. Vyhodnotenie prezentácií.
10. Terénna práca zameraná na zber pozitívnych a negatívnych pozorovaní z hľadiska dodržiavania zásad ekologického marketingu.
11. Vypracovanie štúdie implementácie ekologického marketingu v maloobchodnej praxi.
12. Greenwashing a postrehy z terénu, prezentácia pred publikom.
13. Hodnotenie činností.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický					
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: doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., doc. Ing. Michal Stričík, PhD., Ing. Katarína Petrovčíková, PhD.					
Dátum schválenia: 19.07.2022					
Dátum poslednej zmeny: 01.07.2022					
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22370/22	Názov predmetu: Distribution Management
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety: KOP PHF/PPO22360/22-Retail Management	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky na absolvovanie predmetu: Semestrálne zadanie, priebežné testovanie. Skúška. Vypracovanie a prezentácia semestrálneho zadania – 20 %, Výsledok semestrálneho testovania – 20 %. Skúška – 60 %.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie: účasť na prednáškach – 26 hod. účasť na cvičeniach – 26 hod. spracovanie semestrálneho zadania – 13 hod. príprava na semestrálny test – 13 hod. príprava na skúšku – 26 hod. Spolu: 104 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je špecifikovať koncept riadenia distribúcie odrážajúci strategické marketingové aspekty, ako aj analyzovať možnosti podnikovej distribučnej politiky, vzťahy medzi distribúciou a ostatnými marketingovými nástrojmi, vytváranie a riadenie distribučných kanálov a sietí vzhľadom na požiadavky a reálne parametre, kritériá a metódy. Vedomosti: Študenti získavajú základné teoretické vedomosti o princípoch, konceptoch, postupoch a stratégiách riadenia distribúcie, ktoré zahŕňajú analýzu marketingových kanálov a dokážu zhrnúť, roztriediť a usporiadať procesy v distribúcii. Kompetentnosti: Z nadobudnutých teoretických vedomostí sú študenti schopní systematizovať svoje znalosti z oblasti distribučného manažmentu vo väzbe k požiadavkám podnikateľskej praxe. Dokážu rozoznať, aplikovať a vysvetliť funkcie distribúcie, jej vzťahy k ostatným marketingovým nástrojom.	

Zručnosti:

Študenti sú schopní aplikovať získané vedomosti pri riešení problémov v distribúcii, znázorniť vzájomné súvislosti a posúdiť dopady variantných riešení, diskutovať o návrhu distribučných štruktúr a vysvetliť význam a dôležitosť plánovania distribúcie a úlohu sprostredkovateľov.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Úvod do distribučného manažmentu
2. Subjekty distribúcie, distribučné funkcie, distribučné kanály.
3. Klasifikácia prvkov distribučného priestoru.
4. Modelovanie distribučných sietí.
5. Distribučné problém, dopravné úlohy.
6. Systémy distribučných kanálov
7. Rozvoj a riadenie distribučného kanála
8. Význam produktu a ceny pri riadení kanálov
9. Marketingové kanály a e-commerce
10. Dopravné systémy, doprava a preprava.
11. Projektovanie skladov, technické prostriedky a inovácie v obalovej technike.
12. Logistické náklady v distribúcii, náklady poslednej míle.
13. Distribučný kontroling

Semináre:

1. Úvodný seminár, oboznámenie sa s organizáciou práce na seminároch a s podmienkami priebežného a celkového hodnotenia. Úvod do problematiky – distribučný manažment.
2. Distribučný manažment, distribúcia – diskusia.
3. Distribučná politika – zadanie, práca v skupinách.
4. Subjekty distribúcie, distribučné kanály a klasifikácia prvkov distribučného priestoru
5. Distribučný problém – modelovanie.
6. Distribučný problém – modelovanie.
7. Testovanie 1.
8. Testovanie 1 – vyhodnotenie, najčastejšie chyby v modeloch.
9. Distribučné kanály – zadanie, práca v skupinách.
10. Dopravné systémy – riešenie úloh.
11. Dopravné systémy – riešenie úloh.
12. Sociálne vzťahy v distribúcii – zadanie, diskusia, práca v skupinách. Testovanie 2.
13. Vyhodnotenie semestra. Kontrola plnenia podmienok, opravné priebežné hodnotenia

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

STRAKA, M. Distribution and Supply Logistics. Cambridge Scholars Publishing, 2019, 627 p. ISBN 9781527541979

RUSHTON, A. - CROUCHER, P. - BAKER, P. The Handbook of Logistics & Distribution Management. 5th edition. London: Kogan Page, 2014. 720 p. ISBN: 978-0749466275

DENT, J. Sales and Marketing Channels: How to Build and Manage Distribution Strategy. London: Kogan Page, 2018. 384 p. ISBN 978-0749482145.

Doplňujúca literatúra:

CHOUDHURY, R. G. Sales and Distribution Management for Organizational Growth. IGI Global, 2019, 323 p. ISBN 9781522599838

DECARLO, T.E. Distribution Management. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017, 134 p. ISBN 978-1541267473

VAN GOOR A. R., PLOOS VAN AMSTEL, W., PLOOS VAN AMSTEL, M.J. European Distribution and Supply Chain Logistics. Routledge, 2019, 526 p. ISBN 9781003021841

PANDA, T. SAHADEV, S. Sales & Distribution Management 3rd Edition. Oxford University Press, 2019, 520 p. ISBN 978-0199499045
INGENE, CH.A., BROWN, J.R., DANT, R.P. Handbook of Research on Distribution Channels. Edward Elgar Pub, 2019, 608 p. ISBN 978-0857938596
Časopisy: International Journal of Retail & Distribution Management, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Úvod do distribučného manažmentu
2. Subjekty distribúcie, distribučné funkcie, distribučné kanály.
3. Klasifikácia prvkov distribučného priestoru.
4. Modelovanie distribučných sietí.
5. Distribučný problém, dopravné úlohy.
6. Systémy distribučných kanálov
7. Rozvoj a riadenie distribučného kanála
8. Význam produktu a ceny pri riadení kanálov
9. Marketingové kanály a e-commerce
10. Dopravné systémy, doprava a preprava.
11. Projektovanie skladov, technické prostriedky a inovácie v obalovej technike.
12. Logistické náklady v distribúcii, náklady poslednej míle.
13. Distribučný kontroling

Semináre:

1. Úvodný seminár, oboznámenie sa s organizáciou práce na seminároch a s podmienkami priebežného a celkového hodnotenia. Úvod do problematiky – distribučný manažment.
2. Distribučný manažment, distribúcia – diskusia.
3. Distribučná politika – zadanie, práca v skupinách.
4. Subjekty distribúcie, distribučné kanály a klasifikácia prvkov distribučného priestoru
5. Distribučný problém – modelovanie.
6. Distribučný problém – modelovanie.
7. Testovanie 1.
8. Testovanie 1 – vyhodnotenie, najčastejšie chyby v modeloch.
9. Distribučné kanály – zadanie, práca v skupinách.
10. Dopravné systémy – riešenie úloh.
11. Dopravné systémy – riešenie úloh.
12. Sociálne vzťahy v distribúcii – zadanie, diskusia, práca v skupinách. Testovanie 2.
13. Vyhodnotenie semestra. Kontrola plnenia podmienok, opravné priebežné hodnotenia

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 01.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22372/22	Názov predmetu: Professional Communication in Foreign Language
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Celkové hodnotenie 100 %. aktívna účasť na cvičeniach: 40 % projekt: 60 %. Spolu: minimálne 51% z priebežného hodnotenia a 51% zo skúšky.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie: práca a účasť na cvičeniach – 26 hod. príprava na cvičenia– 26 hod. príprava na skúšku - 26 hod. Spolu: 78 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je prostredníctvom aktívnej komunikácie so študentami upevniť ich konverzačné spôsobilosti a odbornú terminológiu v cudzom jazyku z oblasti marketingu, maloobchodu a zahraničného obchodu. Vedomosti: Aktívne osvojenie si odbornej terminológie používanej v oblasti podnikového obchodu a marketingu v cudzom jazyku. Vedieť viesť odborný dialóg s predstaviteľmi podnikovo hospodárskej praxe v cudzom jazyku. Prehĺbenie a upevnenie získaných vedomostí a ich aktívne využívanie v obchodnej praxi. Kompetentnosti: Spôsobilosť viesť obchodné rokovania v cudzom jazyku s využitím aktívnej znalosti terminológie. Kompetentnosť aktívne využívať odbornú slovnú zásobu v cudzom jazyku. Schopnosť aktívne v logickej štruktúre prezentovať výsledky semestrálnych prác. Zručnosti: Poznanie a prehĺbenie komunikačnej znalosti v danej oblasti. Spôsobilosť viesť odborný dialóg s predstaviteľmi podnikovohospodárskej praxe v cudzom jazyku. Schopnosť komunikovať s potenciálnymi zahraničnými pracovnými partnermi, prípadne zamestnávateľmi.	
Stručná osnova predmetu: Semináre: Odborná komunikácia a riešenie prípadových štúdií počas seminárov s aktívnou participáciou študentov, či už individuálne, prípadne ako súčasť tímovej práce na témy:	

1. Marketing,
2. Marketingový mix.
3. Segmentácia trhu.
4. Spotrebiteľské správanie.
5. Reklama.
6. Podpora predaja.
7. Komunikačné stratégie.
8. Zahraničný obchod.
9. Platobný styk.
10. Logistika.
11. Prezentácia projektov študentov k vybraným témam.
12. Prezentácia projektov študentov k vybraným témam.
13. Prezentácia projektov študentov k vybraným témam.

Odporúčaná literatúra:

FARRAL, C. LINDSLEY, M.: Professional English in Use: Marketing. Cambridge University Press. 2008. ISBN 978-5217-026-90

EMMERSON, P.: Business English Handbook. Advanced. MacMillan. 2007. ISBN 978-1405-0860-59

CERAMELLA, N. – LEE, E.: Cambridge English for the Media. Student's Book with Audio CD. Cambridge University Press. 2008. ISBN 9780521724579

Sylabus predmetu:

Semináre:

Odborná komunikácia a riešenie prípadových štúdií počas seminárov s aktívnou participáciou študentov, či už individuálne, prípadne ako súčasť tímovej práce na témy:

1. Marketing,
2. Marketingový mix.
3. Segmentácia trhu.
4. Spotrebiteľské správanie.
5. Reklama.
6. Podpora predaja.
7. Komunikačné stratégie.
8. Zahraničný obchod.
9. Platobný styk.
10. Logistika.
11. Prezentácia projektov študentov k vybraným témam.
12. Prezentácia projektov študentov k vybraným témam.
13. Prezentácia projektov študentov k vybraným témam.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: Ing. Katarína Petrovčíková, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 01.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22373/22	Názov predmetu: Event Marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: 40 %. práca a aktivita na cvičeniach – 5 %, test – 20 %, semestrálne zadanie – 15 %. Skúška (60 %). Celkom: priebežné hodnotenie + skúška – minimálne 51 %.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie (v hod.): práca a účasť na cvičeniach – 39 hod. príprava na cvičenia, spracovanie semestrálneho zadania a príprava na test – 39 hod. Spolu: 78 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je efektívne osvojiť si princípy Event marketingu, vedieť aplikovať nástroje Event marketingu v konkrétnom podniku pri rešpektovaní špecifik eventovej udalosti. Prioritou je prepojenie zážitku a emócie vo vzťahu k obchodným cieľom podniku. Študent získa schopnosť aplikovať teoretické poznatky v konkrétnych situáciách. Vedomosti: Poznať event marketing, jeho nástroje, s možnosťami ich aplikácie s rešpektovaním špecifik jednotlivých eventových udalostí. Poznať a vedieť plánovať event marketing aktivity podľa špecifik dielčich segmentov trhu. Vedieť plánovať eventové podujatia v nadväznosti a v synergii s marketingovými aktivitami jednotlivých subjektov ako celku. Kompetentnosti: Kompetentnosť efektívne riadiť implementáciu event marketingu ako prvku integrovanej komunikačnej a marketingovej politiky podnikov a iných typov organizácií. Kompetentnosť vedieť plánovať a riadiť aktivity event marketingu v online prostredí a s rešpektovaním súčasných trendov. Zručnosti: Manažérska zručnosť v oblasti tvorby a realizácie vhodného eventu v súlade s ostatnými nástrojmi marketingovej komunikácie a cieľmi podniku. Podpora rozvoja tímovej práce študentov	

a schopnosť plánovať event marketingové aktivity v závislosti od typu podnikateľského subjektu a plánovanej udalosti.

Stručná osnova predmetu:

1. Organizácia práce počas semestra, podmienky zápočtu. Zadané kolektívnych prípadových štúdií na priebežné riešenie a prezentáciu event aktivít študentov počas seminárov.
2. Charakteristika eventu ako marketingového nástroja, praktické príklady z podnikovej praxe.
3. Vývoj event marketingu, pojmový aparát.
4. Event marketing v aplikácii na vzťahy s verejnosťou: aplikácia na konkrétne prípady, riešenie prípadových štúdií zameraných na aplikáciu vybraných nástrojov event marketingu ako prostriedku na vytváranie pozitívneho obrazu subjektu v očiach verejnosti a záujmových skupín.
5. Teória a prax event marketingu: aplikácia na konkrétne podnikateľské subjekty, tímová práca študentov.
6. Sponzoring a event marketing: riešenie prípadových štúdií.
7. E- event marketing: riešenie prípadových štúdií.
8. Event marketing festivalových podujatí: priebežný test.
9. Firemný event marketing, prezentácia semestrálnych prác.
10. Event marketing kongresov a výstav, prezentácia semestrálnych prác.
11. Marketing spoločenských udalostí, prezentácia semestrálnych prác.
12. Trendy v event marketingu, prezentácia semestrálnych prác.
13. Vyhodnotenie semestra.

Odporúčaná literatúra:

1. PRESTON, C.A. Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions. The Wiley Event Management Series, Wiley, 2012, ISBN 1118110714.
2. REIC, I.: Events Marketing Management. Routledge, 2016. ISBN 9780415533584.
3. RINALLO, D.: Event Marketing. Milano: EGEEA, 2019. ISBN 978-88-85486-24-9.

Sylabus predmetu:

1. Organizácia práce počas semestra, podmienky zápočtu. Zadané kolektívnych prípadových štúdií na priebežné riešenie a prezentáciu event aktivít študentov počas seminárov.
2. Charakteristika eventu ako marketingového nástroja, praktické príklady z podnikovej praxe.
3. Vývoj event marketingu, pojmový aparát.
4. Event marketing v aplikácii na vzťahy s verejnosťou: aplikácia na konkrétne prípady, riešenie prípadových štúdií zameraných na aplikáciu vybraných nástrojov event marketingu ako prostriedku na vytváranie pozitívneho obrazu subjektu v očiach verejnosti a záujmových skupín.
5. Teória a prax event marketingu: aplikácia na konkrétne podnikateľské subjekty, tímová práca študentov.
6. Sponzoring a event marketing: riešenie prípadových štúdií.
7. E- event marketing: riešenie prípadových štúdií.
8. Event marketing festivalových podujatí: priebežný test.
9. Firemný event marketing, prezentácia semestrálnych prác.
10. Event marketing kongresov a výstav, prezentácia semestrálnych prác.
11. Marketing spoločenských udalostí, prezentácia semestrálnych prác.
12. Trendy v event marketingu, prezentácia semestrálnych prác.
13. Vyhodnotenie semestra.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: Ing. Katarína Petrovčíková, PhD.					
Dátum schválenia: 19.07.2022					
Dátum poslednej zmeny: 01.07.2022					
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22374/22	Názov predmetu: Direct Marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Semestrálne zadanie. Skúška. semestrálne zadanie - 30 %, aktivita - 10 %, skúška – 60 %.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie: 78 hod. účasť na prednáškach = 26 hod. príprava na prednášky = 26 hod. príprava na skúšku =26 hod. Spolu = 78 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom je oboznámiť študentov s formami priameho marketingu a využitie jeho vlastností pre interaktívne vzťahy s cieľovým publikom. Internet a digitálna komunikácia ako nevyhnutná súčasť komunikačného programu. Vedomosti: Porozumieť problematike priameho marketingu, jeho implementácie v konkrétnych podmienkach a pochopiť zmeny v komunikačnom manažmente zodpovedajúce správaniu spotrebiteľa s digitálnymi znalosťami. Kompetentnosti: Schopnosť využiť informačné zdroje, kriticky vyhodnotiť situáciu, spracovať návrh stratégie foriem priameho marketingu a digitálneho komunikačného mixu pre konkrétnu firmu. Zručnosti: Posudzovanie záverov analýz získaných z informačných zdrojov. Zvyšovanie komunikačných zručností, prijímanie kritických stanovísk, tvorivosť pri formulovaní zvláštností tvorby kampane priameho marketingu na trhu spotrebiteľskom a trhu organizácií.	
Stručná osnova predmetu: Semináre:	

1. Úvodný seminár, oboznámenie s podmienkami, s podmienkami na udelenie priebežného hodnotenia a absolvovanie skúšky. Opakovanie základných pojmov a definícií. Rozdelenie zadaní.
2. Charakteristika priameho marketingu ako interaktívneho systému formovania priamych vzťahov a individualizácie ponuky.
3. Ciele priameho marketingu.
4. Klasické a moderné médiá priameho marketingu.
5. Proces plánovania a realizácie akcií , príklady, modelové situácie.
6. Priebežné hodnotenie č.1 - písomná previerka.
7. Priame médiá.
8. Masové médiá – príklady.
9. Základné formy priameho marketingu.
10. Aplikácia druhov priameho marketingu na praktickom príklade.
11. Priebežné hodnotenie č. 2 - písomná previerka.
12. Prezentovanie zadaní.
13. Zhrnutie, opravné priebežné hodnotenie. Odovzdanie projektu.

Odporúčaná literatúra:

1. ABRAHAM, V. – JERIN, J. (2019). An Empirical Study on Direct Marketing As the Most Effective Form of Marketing in the Digitalized Marketing Environment. In: INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH SCIENCE & MANAGEMENT, Vol. 6, Issue 1, p. 18-24. ISSN: 2349-5197. DOI: 10.5281/zenodo.2536255.
2. TEAHAN, M. H. (2015). Direct and Digital Marketing Guide for Developing and Least Developed Countries. Bern: UPU, 2015. ISBN 978-92-95025-70-7.
3. ADEKUNLE, R.: Direct Marketing: Tips for Building an Effective Direct Marketing Campaign. Amazon Digital Services, 2020. ISBN 979-85-6430-957-8.

Sylabus predmetu:

Semináre:

1. Úvodný seminár, oboznámenie s podmienkami, s podmienkami na udelenie priebežného hodnotenia a absolvovanie skúšky. Opakovanie základných pojmov a definícií. Rozdelenie zadaní.
2. Charakteristika priameho marketingu ako interaktívneho systému formovania priamych vzťahov a individualizácie ponuky.
3. Ciele priameho marketingu.
4. Klasické a moderné médiá priameho marketingu.
5. Proces plánovania a realizácie akcií , príklady, modelové situácie.
6. Priebežné hodnotenie č.1 - písomná previerka.
7. Priame médiá.
8. Masové médiá – príklady.
9. Základné formy priameho marketingu.
10. Aplikácia druhov priameho marketingu na praktickom príklade.
11. Priebežné hodnotenie č. 2 - písomná previerka.
12. Prezentovanie zadaní.
13. Zhrnutie, opravné priebežné hodnotenie. Odovzdanie projektu.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: Ing. Jozef Gajdoš, PhD.					
Dátum schválenia: 19.07.2022					
Dátum poslednej zmeny: 01.07.2022					
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22375/22	Názov predmetu: Professional Skills in Business Administration
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Semestrálny projekt. Skúška. semestrálne zadanie - 30 %, aktivita - 10 %, Skúška – 60 %.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie: účasť na seminároch = 26 hod. príprava na semináre = 26 hod. príprava na skúšku =26 hod. Spolu = 78 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť študentom poznatky z vybraných oblastí hospodárskej informatiky. Vedomosti: Porozumieť nástrojom, technikám a postupom, ktoré sú v súčasnosti nevyhnutné pre prácu manažéra. Porozumieť významu informácií, spôsobu získavania informácií, sprievodným rizikám. Kompetentnosti: Schopnosť aplikovať získané poznatky z práce s informáciami, zo získavania a zdieľania informácií, zo spravovania informácií, poznaných nástrojov efektívnej spolupráce a rôznymi oblasťami elektronického podnikania. Zručnosti: Zručnosti vo využívaní najnovších manažérskych techník potrebných k zvládnutiu podnikových procesov v práci s informáciami, rozširuje zručnosti pre komunikáciu cez internetové platformy vo vzťahu podnik - zákazník.	
Stručná osnova predmetu: Cvičenia: 1. Informácie a ich základné delenie. Podstata informácií. Rozdiely v informáciách a dátach. 2. Efektívne spôsoby vyhľadávania informácií a ich rôzne typy.	

3. Využívanie manažérskych nástrojov pre ich organizáciu a efektívne využívanie.
4. Nástroje tímovej spolupráce a komunikácie v organizáciách. Rozdiely medzi technológiami podľa typu organizácie.
5. Bezpečnosť na internete, využívanie aktívnych a pasívnych foriem zabezpečenia dát.
6. Zdieľanie informácií v cloude, efektívnosť a typy cloud computingu – SaaS, IaaS, PaaS.
7. Centralizované nástroje pre správu a tvorbu webu.
8. Priebežné hodnotenie.
9. Práca a využitie grafických editorov, najnovšie trendy, grafické aplikácie.
10. Elektronické podnikanie a elektronický obchod, jeho princípy, zásady a využitie.
11. Elektronická forma verejného obstarávania, využívanie aplikácií pre efektívny zber údajov, vyhodnocovanie nákupu a predaja s využitím EVO.
12. Elektronické aukcie a ich typy. Praktické príklady z praxe – typy využívaných aukčných systémov.
13. Prezentácie semestrálnych projektov.

Odporúčaná literatúra:

1. CHIA, E. (2009). How I Made My First Million on the Internet. London: Morgan James Publishing, 2009. ISBN 978-1600374708.
2. VAYNERCHUK, G. (2009). Crush It!: Why NOW Is the Time to Cash In on Your Passion. London: Harper studio, 2009. ASIN 0061914177.
3. COLE, K.: Business Administration. Melbourne: Cengage, 2017. ISBN 978-0-1703-8703-3.

Sylabus predmetu:

Cvičenia:

1. Informácie a ich základné delenie. Podstata informácií. Rozdiely v informáciách a dátach.
2. Efektívne spôsoby vyhľadávania informácií a ich rôzne typy.
3. Využívanie manažérskych nástrojov pre ich organizáciu a efektívne využívanie.
4. Nástroje tímovej spolupráce a komunikácie v organizáciách. Rozdiely medzi technológiami podľa typu organizácie.
5. Bezpečnosť na internete, využívanie aktívnych a pasívnych foriem zabezpečenia dát.
6. Zdieľanie informácií v cloude, efektívnosť a typy cloud computingu – SaaS, IaaS, PaaS.
7. Centralizované nástroje pre správu a tvorbu webu.
8. Priebežné hodnotenie.
9. Práca a využitie grafických editorov, najnovšie trendy, grafické aplikácie.
10. Elektronické podnikanie a elektronický obchod, jeho princípy, zásady a využitie.
11. Elektronická forma verejného obstarávania, využívanie aplikácií pre efektívny zber údajov, vyhodnocovanie nákupu a predaja s využitím EVO.
12. Elektronické aukcie a ich typy. Praktické príklady z praxe – typy využívaných aukčných systémov.
13. Prezentácie semestrálnych projektov.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: Ing. Jozef Gajdoš, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 01.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22376/22	Názov predmetu: Consumer Theories and Realities
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Semestrálne zadanie, priebežný test. Skúška. semestrálne zadanie - 20 %, priebežné testy - 10 %, aktivita - 10 %, skúška – 60 %.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie: účasť a participácia na cvičeniach = 26 hod., spracovanie semestrálneho zadania = 13 hod., príprava na priebežné hodnotenie = 13 hod. príprava na skúšku =26 hod. Spolu = 78 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je na základe spotrebiteľských teórií vytvárať efektívne ekonomické a marketingové stratégie uplatniteľné v súčasnom vysoko konkurenčnom prostredí. Kurz sa zameriava na pokročilú analýzu trhu s prioritnou orientáciou na spotrebiteľa. Vedomosti: Pochopenie základných aspektov vývoja spotrebiteľského správania z dôležitého vekového a regionálneho hľadiska. Implementácia získaných poznatkov na zvýšenie spokojnosti spotrebiteľov s trhovým úspechom organizácií. Kompetentnosti: Po absolvovaní predmetu budú študenti vedieť pracovať s informáciami o správaní spotrebiteľov tak, aby vytvárali podmienky pre trvalo udržateľnú spotrebu a tiež udržateľný marketing. Zručnosť: Študenti získajú zručnosti pohľadu na javy, veci, udalosti, príklady dobrej praxe v oblasti spotrebiteľských práv a ochrany spotrebiteľa, či už na úrovni SR, EÚ, resp. v širšom kontexte. Tie odrážajú rastúce povedomie spotrebiteľskej verejnosti, ale aj chápanie miesta spotrebiteľských	

teórií a reality v podnikaní. Študenti získajú aj skúsenosti s uplatňovaním týchto princípov v praxi na makro, mezo a mikroúrovni, ako aj možnosti integrácie medzi tromi úrovňami a prienik ochrany spotrebiteľa a ekonomiky v novom globalizovanom prostredí.

Stručná osnova predmetu:

Semináre:

1. Úvod do predmetu. Predstavenie filozofie spracovávania prípadovej štúdie a podmienok získania hodnotenia.
2. Komparácia spotrebiteľských organizácií, ich pôsobnosť. Výber konkrétneho subjektu pre prezentovanie pozitívnych a negatívnych skúseností.
3. Predstavenie výberu podnikateľského subjektu v súvislosti s ktorým bude realizovaná prípadová štúdia.
4. Priebežné prezentovanie základných poznatkov, diskusia, postrehy z pléna
5. Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna. Komparácia právnej ochrany spotrebiteľa EÚ a SR v teórii a v praxi
6. Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna, koncepcia 4 C, starostlivosť o zákazníka
7. Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna. Trendy v spotrebe a udržateľná spotreba
8. Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna.
9. Práca v teréne - vyhodnotenie získaných postrehov, ich prezentovanie. Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna. Spotrebiteľsko-občianska sieť
10. Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna Rozpory spotrebiteľských teórií a realít
11. Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna. Vzdelávanie spotrebiteľov
12. Vyhodnotenie plnenia kritérií
13. Vyhodnotenie plnenia kritérií a ukončenie hodnotením semestrálneho zadania.

Odporúčaná literatúra:

1. SOLOMON, M. R. et. al.: Consumer Behaviour. A European Perspective. Pearson Education Limited. 2019. ISBN 978-1292245423
2. LANTOS, G. P. Consumer Behavior in Action. Real-life Applications for Marketing Managers. New York: Routledge, 2010, 648 p. ISBN 9781317473848
3. REYNOLDS, T. J. – OLSON, J. C. Understanding Consumer Decision Making: A Means End Approach to Marketing and Advertising Strategy. Routledge, 2001, 466 p. ISBN 978-0805817317.

Sylabus predmetu:

Semináre:

1. Úvod do predmetu. Predstavenie filozofie spracovávania prípadovej štúdie a podmienok získania hodnotenia.
2. Komparácia spotrebiteľských organizácií, ich pôsobnosť. Výber konkrétneho subjektu pre prezentovanie pozitívnych a negatívnych skúseností.
3. Predstavenie výberu podnikateľského subjektu v súvislosti s ktorým bude realizovaná prípadová štúdia.
4. Priebežné prezentovanie základných poznatkov, diskusia, postrehy z pléna
5. Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna. Komparácia právnej ochrany spotrebiteľa EÚ a SR v teórii a v praxi
6. Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna, koncepcia 4 C, starostlivosť o zákazníka
7. Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna. Trendy v spotrebe a udržateľná spotreba

8. Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna.
9. Práca v teréne - vyhodnotenie získaných postrehov, ich prezentovanie . Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna. Spotrebiteľsko-občianska sieť
10. Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna Rozpory spotrebiteľských teórií a reálií
11. Priebežné prezentovanie poznatkov, diskusia, postrehy z pléna. Vzdelávanie spotrebiteľov
12. Vyhodnotenie plnenia kritérií
13. Vyhodnotenie plnenia kritérií a ukončenie hodnotením semestrálneho zadania.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: Ing. Erika Kurimská Pajerská, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 01.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22377/22	Názov predmetu: Digital Marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie spolu za semester: 100% priebežné hodnotenie - 30 % (semestrálne zadanie – 15 %, test - 15 %), skúška - 70 % (písomná skúška). Spolu: cvičenia + skúška - minimálne 51 % na hodnotenie dostatočne a zároveň zo skúšky minimálne 51 %.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie: účasť na aktívnych formách – 26 hod. príprava na aktívne formy – 26 hod. príprava na záverečné hodnotenie – 26 hod. Spolu: 78 hodín.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je aplikovať získané zručnosti pri využívaní súčasných digitálnych technológií v marketingu a obchode, selektovať vhodné prostriedky, stanoviť stratégiu využívania IKT z pohľadu rôznych priorít. Vedomosti: Zameranie je na praktickú realizáciu projektu digitálneho marketingu dát ako na technické riešenia. Zručnosti: Študenti sú schopní zvoliť si vhodnú technickú komunikačnú platformu, identifikovať, definovať a analyzovať riziká ochrany údajov vrátane nevyhnutnej mobility, sieťového prostredia a počítačovej kriminality a vyhodnotiť úspešnosť vybraných prostriedkov digitálneho marketingu. Kompetentnosti: Študenti by mali vedieť, ako určiť komunikačnú stratégiu konkrétnej marketingovej kampane, navrhnúť postupy pre vyhodnotenie získaných informácií o zákazníkovi.	
Stručná osnova predmetu: Semináre:	

1. Manažérske chápanie využitia súčasných multimédií v marketingu a obchode spoločnosti so zameraním na konkurencieschopnosť a viditeľnosť. Definícia a pripomenutie základných pojmov vo vzťahu k zákazníkovi, resp. publiku.
2. Identifikácia a špecifikácia výberu a použiteľnosti prvkov digitálneho marketingu. Príprava na spracovanie semestrálneho projektu v rámci vyučovaného predmetu.
3. Najvyužívanejšie typológie stratégií pre digitálny marketing – príklady realizovaných kampaní z praxe. Výber stratégie pre implementáciu do semestrálneho projektu.
4. Postavenie multimédií v rámci digitálneho marketingu. Identifikácia kľúčových digitálnych médií vhodných pre semestrálny projekt s dôrazom na využitie digitálneho marketingu v online priestore.
5. Vízia, ciele a poslstvo stratégie digitálneho marketingu. Praktické ukážky z realizovaných stratégií v praxi.
6. Search Engine Marketing a jeho úloha pri návrhovej časti stratégie digitálneho marketingu firmy. Vzťahy medzi Search Engine Marketingom a Search Engine optimalizáciou. Metódy usporiadania marketingovej stratégie pre viditeľnosť v online priestore.
7. Video ako súčasť prezentácie digitálneho marketingu spoločnosti – príklady z praxe. Primárna a sekundárna úloha videa v rámci stratégie digitálneho marketingu, a jeho použiteľnosť v závislosti od formy, fázy, hodnotovej cesty.
8. Sociálne médiá a sociálne siete ako prvok digitálneho marketingu spoločnosti. Príležitosti a hrozby vyplývajúce z používania sociálnych sietí ako primárneho nástroja digitálneho marketingu. Aplikácia zvolených nástrojov v rámci sociálnych médií a sociálnych sietí na semestrálny projekt.
9. Priebežné hodnotenie. Identifikácia vhodnosti využitia mobilného marketingu ako prvku digitálneho marketingu. Technické obmedzenia vo využití. Aplikovateľnosť na rôznorodé produkty – príklady z praxe. Diskusia k možnostiam využitia mobilného marketingu v nadväznosti na riešený semestrálny projekt.
10. Najčastejšie využívané analytické postupy pre digitálny marketing. Vhodnosť merania kampane ako súčasť stratégie – stanovenie KPI s využitím SMART cieľov a hodnotovej cesty zákazníka. Postupy vyhodnotenia efektívnosti nástrojov digitálneho marketingu a stratégie spoločnosti.
11. Digitalizácia spoločnosti. Analýza príležitostí a hrozieb vyplývajúcich z digitalizácie. Virtuálna realita a rozšírená realita ako moderné nástroje digitálneho marketingu. Ukážka príkladov z praxe.
12. IoT a IoE ako súčasť stratégie digitálneho marketingu spoločnosti. Prezentácia digitálneho obrazu spoločnosti, možnosti umiestnenia, ochrana citlivých údajov. Prezentácia semestrálnych projektov.
13. Prezentácia semestrálnych projektov. Vyhodnotenie semestra. Spätná väzba od poslucháčov.

Odporúčaná literatúra:

1. RYAN, D. Understanding Digital Marketing. Kogan Page, 432 p., 2014. ISBN 9780749471026.
2. SOLOMON, M. R. - MARSHALL, G. W. - STUART, E. W. Marketing real people, real choices. Hoboken, NJ: Pearson. 2017, 608 p. ISBN 978-0134292663.

Sylabus predmetu:

Semináre:

1. Manažérske chápanie využitia súčasných multimédií v marketingu a obchode spoločnosti so zameraním na konkurencieschopnosť a viditeľnosť. Definícia a pripomenutie základných pojmov vo vzťahu k zákazníkovi, resp. publiku.
2. Identifikácia a špecifikácia výberu a použiteľnosti prvkov digitálneho marketingu. Príprava na spracovanie semestrálneho projektu v rámci vyučovaného predmetu.
3. Najvyužívanejšie typológie stratégií pre digitálny marketing – príklady realizovaných kampaní z praxe. Výber stratégie pre implementáciu do semestrálneho projektu.

4. Postavenie multimédií v rámci digitálneho marketingu. Identifikácia kľúčových digitálnych médií vhodných pre semestrálny projekt s dôrazom na využitie digitálneho marketingu v online priestore.
5. Vízia, ciele a posolstvo stratégie digitálneho marketingu. Praktické ukážky z realizovaných stratégií v praxi.
6. Search Engine Marketing a jeho úloha pri návrhovej časti stratégie digitálneho marketingu firmy. Vzťahy medzi Search Engine Marketingom a Search Engine optimalizáciou. Metódy uspošobenia marketingovej stratégie pre viditeľnosť v online priestore.
7. Video ako súčasť prezentácie digitálneho marketingu spoločnosti – príklady z praxe. Primárna a sekundárna úloha videa v rámci stratégie digitálneho marketingu, a jeho použiteľnosť v závislosti od formy, fázy, hodnotovej cesty.
8. Sociálne médiá a sociálne siete ako prvok digitálneho marketingu spoločnosti. Príležitosti a hrozby vyplývajúce z používania sociálnych sietí ako primárneho nástroja digitálneho marketingu. Aplikácia zvolených nástrojov v rámci sociálnych médií a sociálnych sietí na semestrálny projekt.
9. Priebežné hodnotenie. Identifikácia vhodnosti využitia mobilného marketingu ako prvku digitálneho marketingu. Technické obmedzenia vo využití. Aplikovateľnosť na rôznorodé produkty – príklady z praxe. Diskusia k možnostiam využitia mobilného marketingu v nadväznosti na riešený semestrálny projekt.
10. Najčastejšie využívané analytické postupy pre digitálny marketing. Vhodnosť merania kampane ako súčasť stratégie – stanovenie KPI s využitím SMART cieľov a hodnotovej cesty zákazníka. Postupy vyhodnotenia efektívnosti nástrojov digitálneho marketingu a stratégie spoločnosti.
11. Digitalizácia spoločnosti. Analýza príležitostí a hrozieb vyplývajúcich z digitalizácie. Virtuálna realita a rozšírená realita ako moderné nástroje digitálneho marketingu. Ukážka príkladov z praxe.
12. IoT a IoE ako súčasť stratégie digitálneho marketingu spoločnosti. Prezentácia digitálneho obrazu spoločnosti, možnosti umiestnenia, ochrana citlivých údajov. Prezentácia semestrálnych projektov.
13. Prezentácia semestrálnych projektov. Vyhodnotenie semestra. Spätná väzba od poslucháčov.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
anglický

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: Ing. Cyril Zavadský, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 01.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22378/22	Názov predmetu: Consumer Policy
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Semestrálne zadanie, priebežné testy Skúška. semestrálne zadanie - 20 %, písomný test - 20 %, skúška - 60 %.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie: účasť na cvičeniach – 26 hod., príprava na test – 6 hod., spracovanie projektu – 20 hod., príprava na skúšku – 26 hod. Spolu: 78 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je aplikovať a implementovať požiadavky na ochranu spotrebiteľa v celom komplexe danej problematiky v symbióze s podnikovými cieľmi na trhu. Vedomosti: porozumieť právnemu rámcu ochrany spotrebiteľa v SR v nadväznosti na legislatívu EÚ, porozumieť inštitucionálnemu rámcu ochrany spotrebiteľov, porozumieť charakteristike nekalých obchodných praktík vyskytujúcich sa na trhu, práv spotrebiteľov, online ochrany spotrebiteľov, ochrany zdravia spotrebiteľov, bezpečnosti potravín, liečiv a hračiek. Kompetentnosti: tvorivo posudzovať základné súvislosti v riadení činností podnikateľských subjektov v zameraní na ochranu spotrebiteľa a rozhodovať na základe ich poznania, dosiahnuť vysoký stupeň samostatnosti a predvídateľnosti v známom aj neznámom prostredí, pracovať ako súčasť pracovného tímu. Zručnosti: identifikovať nekalé obchodné praktiky,	

navrhnuť alternatívy pre subjekty podnikovej praxe,
aplikovať etické princípy marketingu v reálnom trhovom prostredí.

Stručná osnova predmetu:

Semináre

1. Spotrebiteľská politika EÚ.
2. Spotrebiteľská politika SR.
3. Ochrana spotrebiteľa ako súčasť právnej regulácie.
4. Pramene právnej regulácie ochrany spotrebiteľa.
5. Ústavné aspekty právnej regulácie ochrany spotrebiteľa.
6. Spotrebiteľské práva a udržateľná spotreba.
7. Spotrebiteľské práva a reklamácie.
8. Spotrebiteľské práva a nečestné obchodné praktiky.
9. Spotrebiteľská výchova a vzdelávanie ako základ ochrany spotrebiteľov.
10. Ochrana zdravia spotrebiteľa.
11. Vybrané problémy ochrany spotrebiteľa v praxi.
12. Bezpečnosť spotrebiteľa.
13. Zdravie a práva pacientov.

Odporúčaná literatúra:

1. TILLSON, J. (2018). Law Express: Consumer and Commercial Law. 5th edition. London: Pearson Education Limited, 2018. ISBN: 9781292210117.
2. JUNG, J. - MITTAL, V. (2020). Political Identity and the Consumer Journey: A Research Review. In: Journal of Retailing, Vol. 96, Issue 1, p. 55-73. New York: New York University, Elsevier, 2020. ISSN: 0022-4359.
3. MICKLITZ, H. W. The Making of Consumer Law and Policy and Europe. Bloomsbury Academic, 2021. ISBN 978-1-5099-4483-5.

Sylabus predmetu:

Semináre

1. Spotrebiteľská politika EÚ.
2. Spotrebiteľská politika SR.
3. Ochrana spotrebiteľa ako súčasť právnej regulácie.
4. Pramene právnej regulácie ochrany spotrebiteľa.
5. Ústavné aspekty právnej regulácie ochrany spotrebiteľa.
6. Spotrebiteľské práva a udržateľná spotreba.
7. Spotrebiteľské práva a reklamácie.
8. Spotrebiteľské práva a nečestné obchodné praktiky.
9. Spotrebiteľská výchova a vzdelávanie ako základ ochrany spotrebiteľov.
10. Ochrana zdravia spotrebiteľa.
11. Vybrané problémy ochrany spotrebiteľa v praxi.
12. Bezpečnosť spotrebiteľa.
13. Zdravie a práva pacientov.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: Ing. Erika Kurimská Pajerská, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 11.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22379/22	Názov predmetu: New Trends in 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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: 40 % - práca a aktivita na cvičeniach – 10 %, - semestrálne zadanie – 30 %. Skúška: 60 %. Celkovo: Priebežné hodnotenie + skúška – minimálne 51 % na hodnotenie dostatočne a zároveň zo skúšky minimálne 51 %.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie: účasť na prednáškach – 26 hod., práca a účasť na cvičeniach – 26 hod., príprava na cvičenia, spracovanie semestrálneho zadania a príprava na test – 26 hod., príprava a absolvovanie skúšky – 26 hod. Spolu: 104 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je identifikovať a špecifikovať nové prístupy marketingu na konkrétnych príkladoch a ich praktickej aplikácii. Študent má preukázať kreatívne myslenie a netradičné prístupy k riešeniu vybraných marketingových problémov. Vedomosti: Poznať nové trendy v marketingu a možnosti ich implementácie v komunikačnej stratégii podniku. Vedieť princípy aplikovania špecifických typov marketingových aktivít v online a offline prostredí. Ovládať techniky merania efektívnosti online kampaní. Kompetentnosti: Riadiť tvorbu komunikačných kampaní v oblasti trendov a ich implementáciu do komunikačnej stratégie podniku. Schopnosť aplikovať v závislosti od cieľov marketingovej stratégie vhodný marketingový nástroj vychádzajúc z aktuálnych trendov. Zručnosti:	

Manažérska zručnosť v oblasti identifikovania možnosti aplikácie nových trendov do marketingovej stratégie podniku. Prostredníctvom spracovávanía semestrálneho zadania sa študenti naučia tímovej práci vedúcej k úspešnej aplikácii jednotlivých techník.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Out of Home marketing.
2. Viral marketing.
3. Ambush marketing.
4. Ambient marketing.
5. Mobil marketing.
6. Influencer marketing.
7. Social media marketing.
8. Buzz marketing a Guerilla marketing.
9. Word-of-mouth marketing. Mouth-of-mount marketing.
10. Astroturfing marketing a Undercover marketing.
11. Streetart marketing a Flashmoby marketing.
12. Mosquito marketing.
13. Clean advertising.

Semináre:

1. Organizácia práce počas semestra, podmienky zápočtu.
2. Out of Home marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
3. Viral marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
4. Ambush marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
5. Ambient marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
6. Mobil marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
7. Influencer marketing a Social media marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
8. Buzz marketing a Guerilla marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
9. Word-of-mouth marketing. Mouth-of-mount marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
10. Astroturfing marketing a Undercover marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
11. Streetart marketing a Flashmoby marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
12. Mosquito marketing a Clean advertising – aplikácia na konkrétnom príklade.
13. Vyhodnotenie semestra.

Odporúčaná literatúra:

BLYTHE, J. Essentials of Marketing Communications. Pearson Education, 2006, 332 p. ISBN 027370205X

GHORBANI, A. Marketing in the Cyber Era: Strategies and Emerging Trends: Strategies and Emerging Trends, IGI Global, 2013, 357 p. ISBN: 1466648651

MATSUO, T. - COLOMO-PALACIOS, R. Electronic Business and Marketing: New Trends on its Process and Applications. Springer, 2013, 177 p. ISBN: 364237932X

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Out of Home marketing.
2. Viral marketing.
3. Ambush marketing.
4. Ambient marketing.
5. Mobil marketing.
6. Influencer marketing.
7. Social media marketing.
8. Buzz marketing a Guerilla marketing.

9. Word-of-mouth marketing. Mouth-of-mount marketing.
10. Astroturfing marketing a Undercover marketing.
11. Streetart marketing a Flashmoby marketing.
12. Mosquito marketing.
13. Clean advertising.

Semináre:

1. Organizácia práce počas semestra, podmienky zápočtu.
2. Out of Home marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
3. Viral marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
4. Ambush marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
5. Ambient marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
6. Mobil marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
7. Influencer marketing a Social media marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
8. Buzz marketing a Guerilla marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
9. Word-of-mouth marketing. Mouth-of-mount marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
10. Astroturfing marketing a Undercover marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
11. Streetart marketing a Flashmoby marketing – aplikácia na konkrétnom príklade.
12. Mosquito marketing a Clean advertising – aplikácia na konkrétnom príklade.
13. Vyhodnotenie semestra.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: Ing. Erika Kurimská Pajerská, PhD., Ing. Katarína Petrovčíková, PhD., doc. Ing. Martin Mizla, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 01.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22380/22	Názov predmetu: Hospitality Management
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatná práca, reporty, písomná práca, priebežné testy, kombinovaná skúška Priebežné hodnotenie: 40 % aktivita na cvičeniach a priebežné overovanie vedomostí - 10 %, výsledok semestrálnych testov - 10 %, hodnotenie písomnej semestrálnej práce - 10 %, hodnotenie reportov z 3 zadaných tém z prednášok - 10 % Výsledok záverečnej kombinovanej skúšky: 60 % (písomný skúškový test a ústna časť skúšky)	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie: 104 hod. účasť na prednáškach a cvičeniach - 52 hod., príprava na aktívne formy výučby - 13 hod., vypracovanie raportov z prednášok, príkladov na cvičenia a písomnej semestrálnej práce - 13 h. príprava na priebežný semestrálny test - 7 h. príprava na záverečný skúškový test a ústna skúška - 19 h. Spolu = 104 h.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je predloženie poznatkov o základných dimenziách profesionality a zákazníckeho servisu v hlavných oblastiach najväčšieho odvetvia služieb na svete. Získanie vedomostí o procesoch riadenia pohostinnosti a segmentov cestovania a cestovného ruchu je predpokladom výkonu riadiacich pozícií v tomto odvetví. Je oboznámený s konceptom a históriou a perspektívami vývoj pohostinského priemyslu a jeho jednotlivých oblastí. Vedomosti: o pohostinnosti, cestovaní a cestovnom ruchu, rôznych segmentoch v hotelierstve, službách a podnikoch, zariadeniach, ktoré ich samostatne alebo v spolupráci poskytujú pere ich cestujúcim aj miestnym obyvateľom, o diferencovanosti odbytových stratégií z hľadiska životného cyklu výrobkov, stratégií zameraných na marketingovú komunikáciu a distribúciu.	

Kompetentnosti:

spôsobilosť orientovať sa vo všeobecne záväzných predpisoch pojednávajúcich o pohostinstve a cestovnom ruchu,

spôsobilosť analyzovania situácie, podmienok a požiadaviek na pohostinnosť cestovania a cestovný ruch,

spôsobilosť orientovania sa v analýzach a vyhodnocovaní dát potrebných na rozvoj podnikania v tomto dynamicky sa rozvíjajúcom sektore.

Zručnosti:

vo vedení podniku, v plánovaní zdrojov, obstarávaní tovarov a organizovaní personálu,

vo vedení účtovníctva, kalkuláciách zdrojov a nákladov, investovaní, marketingu, ako aj komunikačného mixu,

v oblastiach marketingovej spolupráce a demonštrovania prístupov k optimalizácii a modelovaniu procesov podniku, organizácie,

schopnosť pracovať na riadiacich pozíciách verejnej a štátnej správy s dorazom na rezort dopravy a cestovného ruchu.

Stručná osnova predmetu:**Prednášky:**

1. Úvod do predmetu. Obsah. Postupnosť štúdia. Formy štúdia predmetu. Literatúra.

2. Odvetvia služieb, Príprava na kariéru v odvetví hotelierstva a cestovného ruchu, práca v stravovacom odvetví, občerstvení a cestovnom ruchu.

3. Reštauračné služby.

4. Prevádzka reštaurácie.

5. Nezávislé podnikanie v stravovaní alebo franchising.

6. Konkurenčné sily v stravovacích službách. Stravovacie služby na mieste.

7. Problémy, ktorým čelia stravovacie služby.

8. Ubytovanie: Stretnutie s hosťom a jeho potreby.

9. Hotel a ubytovanie. Sily formujúce hotelový business.

10. Konkurencia v ubytovacích službách.

11. Cestovný ruch: ofenzívny charakter podnikania a budovanie centier cestovného ruchu.

12. Destinácie: Turizmus, generátory nápadov, programu.

13. Vedenie: Nový spôsob myslenia, plánovanie a organizovanie v hotelierstve.

Semináre/Cvičenia:

1. Úvodné cvičenie. Požiadavky na splnenie podmienok priebežného hodnotenia.

2. Príprava na kariéru v odvetví hotelierstva a cestovného ruchu.

3. Práca v stravovacom odvetví, občerstvení a cestovnom ruchu. Práca na projekte.

4. Reštauračné služby.

5. Prevádzka reštaurácie.

6. Nezávislé podnikanie v stravovaní alebo franchising.

7. Konkurenčné sily v stravovacích službách. Stravovacie služby na mieste.

8. Ubytovanie: Stretnutie s hosťom a jeho potreby.

9. Hotel a ubytovanie. Sily formujúce hotelový business.

10. Konkurencia v ubytovacích službách. Práca na projekte.

11. Cestovný ruch: ofenzívny charakter podnikania a budovanie centier cestovného ruchu.

12. Destinácie: Turizmus, Generátory nápadov, programov.

13. Vedenie: Nový spôsob myslenia, plánovanie a organizovanie v hotelierstve.

Odporúčaná literatúra:

ALLEN, J. 2008. Event Planning: The Ultimate Guide To Successful Meetings, Corporate Events, Fundraising Galas, Conferences, Conventions, Incentives And Other Special Events. Toronto, On, Canada: Wiley, 448 p. ISBN 10: 0470155744, ISBN 13: 9780470155745.

BARROWS, C. W., POWERS, T., REYNOLDS, D. R. 2011. Introduction to Management in the Hospitality Industry 10th Edition. Wiley Global Education, 752 p. ISBN-13: 978-0470399743, ISBN-10: 0470399740.

MICHELLI, J. A. 2008. The New Gold Standard: 5 Leadership Principles for Creating a Legendary Customer Experience Courtesy of the Ritz-Carlton Hotel Company. McGraw-Hill Education, 284 p. ISBN: 0071548335 (ISBN13: 9780071548335).

SOLOMON, M., HUMLER, H. 2019. The Heart of Hospitality: Great Hotel and Restaurant Leaders Share Their Secrets. SelectBooks; Reprint edition, 192 p. ISBN: 1590794893, ISBN-13: 978-1590794890.

THURSTON, R. W., MORRIS, J. (Editor), STEIMAN, S. 2013. Coffee: A Comprehensive Guide to the Bean, the Beverage, and the Industry. Rowman & Littlefield Publishers, 428 p. ISBN: 1442214406, ISBN13: 9781442214408.

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Úvod do predmetu. Obsah. Postupnosť štúdia. Formy štúdia predmetu. Literatúra.
2. Odvetvia služieb, Príprava na kariéru v odvetví hotelierstva a cestovného ruchu, práca v stravovacom odvetví, občerstvení a cestovnom ruchu.
3. Reštauračné služby.
4. Prevádzka reštaurácie.
5. Nezávislé podnikanie v stravovaní alebo franchising.
6. Konkurenčné sily v stravovacích službách. Stravovacie služby na mieste.
7. Problémy, ktorým čelia stravovacie služby.
8. Ubytovanie: Stretnutie s hosťom a jeho potreby.
9. Hotel a ubytovanie. Sily formujúce hotelový business.
10. Konkurencia v ubytovacích službách.
11. Cestovný ruch: ofenzívny charakter podnikania a budovanie centier cestovného ruchu.
12. Destinácie: Turizmus, generátory nápadov, programu.
13. Vedenie: Nový spôsob myslenia, plánovanie a organizovanie v hotelierstve.

Semináre/Cvičenia:

1. Úvodné cvičenie. Požiadavky na splnenie podmienok priebežného hodnotenia.
2. Príprava na kariéru v odvetví hotelierstva a cestovného ruchu.
3. Práca v stravovacom odvetví, občerstvení a cestovnom ruchu. Práca na projekte.
4. Reštauračné služby.
5. Prevádzka reštaurácie.
6. Nezávislé podnikanie v stravovaní alebo franchising.
7. Konkurenčné sily v stravovacích službách. Stravovacie služby na mieste.
8. Ubytovanie: Stretnutie s hosťom a jeho potreby.
9. Hotel a ubytovanie. Sily formujúce hotelový business.
10. Konkurencia v ubytovacích službách. Práca na projekte.
11. Cestovný ruch: ofenzívny charakter podnikania a budovanie centier cestovného ruchu.
12. Destinácie: Turizmus, Generátory nápadov, programov.
13. Vedenie: Nový spôsob myslenia, plánovanie a organizovanie v hotelierstve.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: doc. Ing. Michal Stričík, PhD.					
Dátum schválenia: 19.07.2022					
Dátum poslednej zmeny: 21.07.2022					
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22381/22	Názov predmetu: Innovations in Business Practice
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety: KOP PHF/PPO22363/22-Trade Operations	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Semestrálne zadanie, priebežný test. Skúška. vypracovanie a prezentácia semestrálneho zadania – 20 %, výsledok semestrálneho testu – 10 % , aktivita na cvičeniach/seminároch – 10 %, skúška – 60 %.	
Pracovné zaťaženie študenta: Celkové študijné zaťaženie: účasť na prednáškach – 26 hod. účasť na cvičeniach – 26 hod. príprava na cvičenia – 6 hod. spracovanie semestrálneho zadania – 13 hod. príprava na semestrálny test – 13 hod. príprava na skúšku – 20 hod. Spolu: 104 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je špecifikovať možnosti zvyšovania konkurencieschopnosti podnikov a obchodných spoločností prostredníctvom tvorby a zavádzania inovácií. Výsledkom vzdelávania by malo byť pochopenie nevyhnutnosti realizácie inovačných aktivít podnikmi. Vedomosti: Študenti získavajú základné teoretické vedomosti z oblasti inovácií a ich riadenia, ako aj schopnosť porozumieť možnostiam financovania inovačných aktivít, identifikovať riziká a bariéry zavádzania inovácií na trh. Kompetentnosti: Z nadobudnutých teoretických vedomostí sú študenti schopní systematizovať svoje znalosti z oblasti inovácií, ich riadenia a možnostiam podpory vo väzbe k požiadavkám podnikateľskej praxe, ako aj kriticky analyzovať a zhodnotiť inovačný potenciál a bariéry a riziká spojené s inovačným procesom.	

Zručnosti:

Študenti sú schopní aplikovať získané vedomosti pri tvorbe inovačného projektu. Súčasne rozvíjajú schopnosť vyhľadávať, analyzovať a systematicky spracovať štatistické a iné údaje nevyhnutné pri inovačnom procese.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Inovácie – charakteristika a ich význam.
2. Klasifikácia inovácií.
3. Inovačný nápad a inovačný proces.
4. Inovačné stratégie.
5. Riadenie inovácií.
6. Financovanie inovačných aktivít podnikov.
7. Podpora inovácií na národnej a nadnárodnej úrovni.
8. Hodnotenie inovačných aktivít podnikov na úrovni krajiny.
9. Ekonomické efekty inovácií.
10. Inovačný potenciál.
11. Náklady na inovačný proces, inovačné bariéry a riziká spojené s inovačným procesom.
12. Tvorba inovačných projektov.
13. Aktuálne trendy a inovácie v oblasti obchodu.

Semináre:

1. Úvodný seminár, oboznámenie sa s organizáciou práce na seminároch a s podmienkami priebežného a celkového hodnotenia. Úvod do problematiky - pojem inovácie.
2. Úloha inovácií v rozvoji organizácie.
3. Plánovanie úspešnej inovácie.
4. Výber inovačnej stratégie.
5. Systém manažérstva inovácií.
6. Financovanie inovačných aktivít podnikov, možnosti spolupráce pri tvorbe a zavádzaní inovácií v podnikoch.
7. Možnosti využívania štrukturálnych a investičných fondov podnikmi na financovanie inovačných aktivít.
8. Hodnotenie inovačnej výkonnosti na úrovni krajín prostredníctvom Summary Innovation Index a Global Innovation Index.
9. Metódy hodnotenia inovačnej činnosti.
10. Priebežný písomný test. Inovačný potenciál podnikov na Slovensku.
11. Trendy v oblasti inovácií v elektronickom obchode.
12. Inovácie pri podnikaní v maloobchode.
13. Prezentovanie spracovaných semestrálnych projektov.

Odporúčaná literatúra:

LUECKE, R. – KATZ, R. Managing Creativity and Innovation. Boston: HARVARD BUSINESS SCHOOL PRESS, 2003. 174 s. ISBN 1–59139–112–1

DOYLE, P. - BRIDGEWATER, S. Innovation in Marketing. Butterworth-Heinemann; 1st edition, 1999, 224 p. ISBN: 978-0750641210

PANTANO, E.- BASSANO, C. - PRIPORAS, C.-V. Technology and Innovation for Marketing. Routledge, 2018, 146 p. ISBN 9780429451560

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Inovácie – charakteristika a ich význam.
2. Klasifikácia inovácií.
3. Inovačný nápad a inovačný proces.

4. Inovačné stratégie.
5. Riadenie inovácií.
6. Financovanie inovačných aktivít podnikov.
7. Podpora inovácií na národnej a nadnárodnej úrovni.
8. Hodnotenie inovačných aktivít podnikov na úrovni krajiny.
9. Ekonomické efekty inovácií.
10. Inovačný potenciál.
11. Náklady na inovačný proces, inovačné bariéry a riziká spojené s inovačným procesom.
12. Tvorba inovačných projektov.
13. Aktuálne trendy a inovácie v oblasti obchodu.

Semináre:

1. Úvodný seminár, oboznámenie sa s organizáciou práce na seminároch a s podmienkami priebežného a celkového hodnotenia. Úvod do problematiky - pojem inovácie.
2. Úloha inovácií v rozvoji organizácie.
3. Plánovanie úspešnej inovácie.
4. Výber inovačnej stratégie.
5. Systém manažérstva inovácií.
6. Financovanie inovačných aktivít podnikov, možnosti spolupráce pri tvorbe a zavádzaní inovácií v podnikoch.
7. Možnosti využívania štrukturálnych a investičných fondov podnikmi na financovanie inovačných aktivít.
8. Hodnotenie inovačnej výkonnosti na úrovni krajín prostredníctvom Summary Innovation Index a Global Innovation Index.
9. Metódy hodnotenia inovačnej činnosti.
10. Priebežný písomný test. Inovačný potenciál podnikov na Slovensku.
11. Trendy v oblasti inovácií v elektronickom obchode.
12. Inovácie pri podnikaní v maloobchode.
13. Prezentovanie spracovaných semestrálnych projektov.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

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: doc. Ing. Martin Mizla, PhD.

Dátum schválenia: 19.07.2022

Dátum poslednej zmeny: 01.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22386/22	Názov predmetu: Seminar for Final Thesis 1
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatná práca – spracovanie projektu záverečnej práce- 35 % samostatná práca – spracovanie literárnej rešerše k danej téme záverečnej práce - 65 % Spolu za semester 100 % Záverečné hodnotenie: zápočet, na získanie zápočtu je potrebné získať aspoň 51%.	
Pracovné zaťaženie študenta: účasť na seminároch (konzultáciách) - 26 hod. ostatné aktivity – štúdium literatúry, príprava podkladov k záverečnej práci, - 26 hod. Spolu: 52 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť študentom poznatky zo základov vedeckej práce a tvorby odborných prác a oboznámiť ich so základnými požiadavkami kladenými na záverečnú prácu v podmienkach univerzity. Zámerom je takisto naučiť študentov riešiť odborné a výskumné problémy z oblasti podnikovej ekonomiky a manažmentu s využitím dostupných informačných zdrojov, naformulovať výskumný zámer záverečnej práce a zovšeobecňovať získané poznatky. Vedomosti: o postupe riešenia odborných a výskumných problémov z oblasti podnikovej ekonomiky a manažmentu, o základných dokumentoch upravujúcich vypracovanie záverečnej práce, o postupoch a požiadavkách na odovzdanie práce, kontrole jej originality, súhlase s jej sprístupnením a obhajobe. Kompetentnosti: samostatný a tvorivý prístup k riešeniu ekonomických a manažérskych problémov, zodpovednosť za dodržiavanie príslušnej legislatívy, interných predpisov, zodpovednosť za rešpektovanie zaužívaných etických princípov vedeckej práce. Zručnosti: formulácia hlavného cieľa a čiastkových cieľov záverečnej práce, schopnosť získavať potrebné informácie z dostupných zdrojov,	

spracovanie podkladov k záverečnej práci a literárnej rešerše,
prezentácia výsledkov záverečnej práce.

Stručná osnova predmetu:

Semináre:

Základné požiadavky kladené na záverečnú prácu v príslušných dokumentoch univerzity. Zadanie záverečnej práce. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí. Literárna rešerš. Internetové informačné pramene (vedecké databázy, štatistické databázy). Vyhľadávanie a využívanie informačných prameňov. Spracovanie literárnej rešerše. Citácie podľa STN ISO 690 a možnosti citovania. Objekt, predmet a ciele záverečnej práce. Systém metód a metodika záverečnej práce. Hodnotenie vedúceho a oponenta záverečnej práce. Metodika obhajoby záverečnej práce. Prezentácia študenta počas obhajoby záverečnej práce.

Odporúčaná literatúra:

ADAMS, J.- HAFIZ, T. A. – KHAN, R. R. 2014. Research Methods for Business and Social Science Students. New Delhi : SAGE Publications India, 2014. ISBN 9788132119814.
BRYNMAN, A. - BELL, E. 2015. Business Research Methods. Oxford : Oxford University Press, 2015. ISBN 978-0-19-966864-9.
GHAURI, P. N. – GRØNHAUG, K. 2005. Research Methods in Business Studies: A Practical Guide. Harlow : Pearson Education, 2005. ISBN 0273-68156-7.
LEE, B. - SAUNDERS, M. 2017. Conducting Case Study Research for Business and Management Students. London : SAGE Publications, 2017. ISBN 978-1-44627-416-3.
SAUNDERS, M. – LEWIS, P. – THORNHILL, A. 2019. Research methods for business students. Eight edition. Harlow : Pearson, 2019. ISBN 9781292208787.

Sylabus predmetu:

Semináre:

Základné požiadavky kladené na záverečnú prácu v príslušných dokumentoch univerzity. Zadanie záverečnej práce. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí. Literárna rešerš. Internetové informačné pramene (vedecké databázy, štatistické databázy). Vyhľadávanie a využívanie informačných prameňov. Spracovanie literárnej rešerše. Citácie podľa STN ISO 690 a možnosti citovania. Objekt, predmet a ciele záverečnej práce. Systém metód a metodika záverečnej práce. Hodnotenie vedúceho a oponenta záverečnej práce. Metodika obhajoby záverečnej práce. Prezentácia študenta počas obhajoby záverečnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

NZ	Z
0.0	0.0

Vyučujúci:

Dátum schválenia: 14.12.2022

Dátum poslednej zmeny: 03.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba

zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba
zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22387/22	Názov predmetu: Seminar for Final Thesis 2
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 0 / 2 Za obdobie štúdia: 0 / 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: samostatná práca - spracovanie podkladov pre záverečnú prácu (45%) samostatná práca - spracovanie literárnej rešerše (40%) prezentácia výsledkov záverečnej práce (15%) Spolu za semester 100 %	
Pracovné zaťaženie študenta: účasť na seminároch - 26 hod. ostatné aktivity – štúdium literatúry, príprava podkladov pre záverečnú prácu, domáce úlohy a príklady, príprava na vyučovanie, spracovanie literárnej rešerše a príprava na prezentáciu výsledkov práce - 26 hod.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je: oboznámiť študentov so základnými požiadavkami na záverečnú prácu v podmienkach vysokej školy, poskytnúť študentom poznatky o orientácii v dostupných globálnych databázach poznatkov z oblasti ekonomiky a manažmentu, poskytovať poznatky o formulovaní a riešení odborných a výskumných problémov v oblasti podnikovej ekonomiky a manažmentu naučiť študentov formulovať výskumné zámery záverečnej práce, pracovať s dátovými databázami a zovšeobecňovať poznatky vedy. Vedomosti: o procese tvorby výskumných a záverečných prác, o základných dokumentoch upravujúcich vypracovanie záverečnej práce, o postupoch a náležitostiach odovzdania práce, o kontrole jej originality, súhlase s jej sprístupnením a obhajobe. Kompetencie: samostatný a tvorivý prístup k riešeniu ekonomických problémov, zodpovednosť za dodržiavanie príslušnej legislatívy, interných predpisov, zodpovednosť za rešpektovanie zaužívaných etických princípov vedeckej práce. Zručnosti: formulácia výskumného problému, hypotéz a cieľov záverečnej práce, orientovať sa v celosvetovo dostupných informačných databázach,	

pripraviť podklady pre záverečnú prácu,
prezentácia výsledkov záverečnej práce.

Stručná osnova predmetu:

Semináre:

Nadobúdanie poznatkov zo základnej a odporúčanej literatúry podľa zadania záverečnej práce. Selekcia vhodných záverov použiteľných v rámci riešenia témy záverečnej práce. Rukopis poznatkovej časti záverečnej práce s dôrazom na sledovanie jej cieľa. Rozpracovanie čiastkových cieľov záverečnej práce na riešenie hlavného cieľa. Formulovanie výskumných problémov, prípadne aj pracovných hypotéz. Charakteristika skúmaného objektu. Vypracovanie metodického postupu spracovania záverečnej práce. Zvolenie vhodných vedeckých metód v rámci analytickej a syntetickej časti práce. Stanovenie si časového harmonogramu prác na jednotlivých častiach záverečnej práce. Spracovanie jednotlivých kapitol záverečnej práce podľa metodických pokynov vedúceho záverečnej práce. Prístup k písaniu výsledkov. Vhodná diskusia k výsledkom záverečnej práce. Presvedčivé formulovanie záveru záverečnej práce.

Odporúčaná literatúra:

ADAMS, J.- HAFIZ, T. A. – KHAN, R. R. 2014. Research Methods for Business and Social Science Students. New Delhi : SAGE Publications India, 2014. ISBN 9788132119814.
BRYNMAN, A. - BELL, E. 2015. Business Research Methods. Oxford : Oxford University Press, 2015. ISBN 978-0-19-966864-9.
GHAURI, P. N. – GRØNHAUG, K. 2005. Research Methods in Business Studies: A Practical Guide. Harlow : Pearson Education, 2005. ISBN 0273-68156-7.
LEE, B. - SAUNDERS, M. 2017. Conducting Case Study Research for Business and Management Students. London : SAGE Publications, 2017. ISBN 978-1-44627-416-3.
SAUNDERS, M. –LEWIS, P. – THORNHILL, A. 2019. Research methods for business students. Eight edition. Harlow : Pearson, 2019. ISBN 9781292208787.
Current articles from the database SCOPUS, WOS, EBSCO.

Sylabus predmetu:

Semináre:

Nadobúdanie poznatkov zo základnej a odporúčanej literatúry podľa zadania záverečnej práce. Selekcia vhodných záverov použiteľných v rámci riešenia témy záverečnej práce. Rukopis poznatkovej časti záverečnej práce s dôrazom na sledovanie jej cieľa. Rozpracovanie čiastkových cieľov záverečnej práce na riešenie hlavného cieľa. Formulovanie výskumných problémov, prípadne aj pracovných hypotéz. Charakteristika skúmaného objektu. Vypracovanie metodického postupu spracovania záverečnej práce. Zvolenie vhodných vedeckých metód v rámci analytickej a syntetickej časti práce. Stanovenie si časového harmonogramu prác na jednotlivých častiach záverečnej práce. Spracovanie jednotlivých kapitol záverečnej práce podľa metodických pokynov vedúceho záverečnej práce. Prístup k písaniu výsledkov. Vhodná diskusia k výsledkom záverečnej práce. Presvedčivé formulovanie záveru záverečnej práce.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

NZ	Z
0.0	0.0

Vyučujúci:
Dátum schválenia: 04.04.2022
Dátum poslednej zmeny: 03.07.2022
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22394/22	Názov predmetu: Behavioral Economics
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: <ul style="list-style-type: none">• vypracovanie semestrálneho zadania – 20 %• výsledok semestrálneho testu – 20 %• výsledok záverečnej písomnej skúšky – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: Spolu: 104 h. <ul style="list-style-type: none">• účasť na prednáškach – 26 h• účasť na cvičeniach – 26 h• príprava na cvičenia – 13 h• vypracovanie semestrálneho zadania – 13 h• príprava na semestrálny test – 13 h• príprava na skúšku – 13 h	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je na báze poznania teórií rozhodovania nadobudnúť poznatky o odklonoch od racionálnych očakávaní v ponímaní behaviorálnej ekonómie, a to integráciou poznatkov z oblasti ekonómie a psychológie, ako aj aplikácia princípov behaviorálnej ekonómie pri riešení rozhodovacích problémov v podnikovej praxi. Vedomosti: <ul style="list-style-type: none">• poznatky o rôznych teóriách rozhodovania a základných modeloch,• porozumenie princípom a kľúčovým teóriám behaviorálnej ekonómie,• identifikácia psychologických pascí v rozhodovaní. Zručnosti: <ul style="list-style-type: none">• schopnosť odlíšiť jednotlivé typy rozhodovacích situácií a navrhnúť proces ich riešenia,• schopnosť aplikovať princípy behaviorálnej ekonómie vo vybraných ekonomických vedných disciplínach,• rozvoj variantného myslenia pri tvorbe variantov riešenia rozhodovacej situácie. Kompetentnosti: <ul style="list-style-type: none">• odborné kompetentnosti rozvíjané schopnosťou identifikovať typy rozhodovacích situácií a navrhovať adekvátne postupy ich riešenia,	

- personálne kompetentnosti prehlbované poznaním psychologických aspektov rozhodovania,
- sociálne kompetentnosti rozvíjané prostredníctvom poznávania iracionalít v ľudskom správaní, sociálnych interakcií a hrania rolí.

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Úvod do behaviorálnej ekonómie a jej vývoj.
2. Teórie rozhodovania a typy rozhodovacích procesov.
3. Štruktúra rozhodovacieho procesu, identifikácia rozhodovacích problémov.
4. Výber rozhodovacích kritérií.
5. Tvorba variantov riešenia a stanovenie ich dôsledkov.
6. Viackriteriálne hodnotenie variantov.
7. Racionálna voľba verus koncept obmedzenej racionality.
8. Heuristiky a skreslenia.
9. Prospektová teória.
10. Skupinové rozhodovanie, konflikty a vyjednávanie.
11. Princípy behaviorálnej ekonómie v obchode a marketingu.
12. Behaviorálne financie.
13. Ďalšie aplikačné oblasti behaviorálnej ekonómie.

Cvičenia:

1. Úvod do štúdia, test kognitívneho uvažovania.
2. Bežné verus manažérske rozhodovanie a miesto behaviorálnej ekonómie v tomto kontexte.
3. Identifikácia typov rozhodovacích procesov.
4. Analýza rozhodovacích problémov.
5. Selekcia rozhodovacích kritérií a meranie kvalitatívnych kritérií.
6. Tvorba a hodnotenie variantov rozhodovania.
7. Semestrálny test.
8. Problém obmedzenej racionality a iracionality v rozhodovaní.
9. Heuristiky v praxi.
10. Aplikácia prospektovej teórie na konkrétnych príkladoch.
11. Simulácia vyjednávania.
12. Aplikácia behaviorálnej ekonómie v obchode a marketingu.
13. Aplikácia behaviorálnej ekonómie v investovaní.

Odporúčaná literatúra:

KAHNEMAN, D. 2012. Thinking, Fast and Slow. Penguin Books, 2012. ISBN 978-0-141-03357-0

THALER, R. H. 2017. Misbehaving: The Making of Behavioral Economics. Penguin Books, 2017. ISBN 978-0-393-35279-5

BADDELEY, M. 2017. Behavioural Economics. Oxford: Oxford University Press, 2017. ISBN 978-0-19-875499-2

BRIDGE, J., DODDS, J. C. 2018. Managerial Decision Making. Routledge, 2018. ISBN 978-13-512-0045-5

DOBELLI, R. 2012. Die Kunst des klugen Handelns. Mnichov : Carl Hanser, 2012. ISBN 978-80-7429-356-6

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Úvod do behaviorálnej ekonómie a jej vývoj.
2. Teórie rozhodovania a typy rozhodovacích procesov.
3. Štruktúra rozhodovacieho procesu, identifikácia rozhodovacích problémov.
4. Výber rozhodovacích kritérií.

5. Tvorba variantov riešenia a stanovenie ich dôsledkov.
6. Viackriteriálne hodnotenie variantov.
7. Racionálna voľba verzus koncept obmedzenej racionality.
8. Heuristiky a skreslenia.
9. Prospektová teória.
10. Skupinové rozhodovanie, konflikty a vyjednávanie.
11. Princípy behaviorálnej ekonómie v obchode a marketingu.
12. Behaviorálne financie.
13. Ďalšie aplikačné oblasti behaviorálnej ekonómie.

Cvičenia:

1. Úvod do štúdia, test kognitívneho uvažovania.
2. Bežné verzus manažérske rozhodovanie a miesto behaviorálnej ekonómie v tomto kontexte.
3. Identifikácia typov rozhodovacích procesov.
4. Analýza rozhodovacích problémov.
5. Selekcia rozhodovacích kritérií a meranie kvalitatívnych kritérií.
6. Tvorba a hodnotenie variantov rozhodovania.
7. Semestrálny test.
8. Problém obmedzenej racionality a iracionality v rozhodovaní.
9. Heuristiky v praxi.
10. Aplikácia prospektovej teórie na konkrétnych príkladoch.
11. Simulácia vyjednávania.
12. Aplikácia behaviorálnej ekonómie v obchode a marketingu.
13. Aplikácia behaviorálnej ekonómie v investovaní.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky:

N/A

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:

Dátum schválenia: 14.12.2022

Dátum poslednej zmeny: 13.07.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave	
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach	
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22395/22	Názov predmetu: International Business
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: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety: KOP PHF/PPO22363/22-Trade Operations	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - aktivita na cvičeniach – 10% - výsledok semestrálneho testu – 30% - výsledok záverečnej písomnej skúšky – 60 %	
Pracovné zaťaženie študenta: - účasť na prednáškach – 26 h - účasť na cvičeniach – 26 h - príprava na cvičenia – 26 h - príprava na semestrálny test – 26 h Spolu: 104 hodín	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je nadobudnutie poznatkov z oblasti medzinárodného podnikania s dôrazom na rozvoj internacionalizačných aktivít podniku, rozvoj kritického myslenia a pragmatických zručností pri aplikácii vybraných metód medzinárodného strategického rozhodovania podniku. Vedomosti: - poznatky o základných teoretických východiskách medzinárodného podnikania, - porozumenie princípom rozvíjania podnikateľských aktivít v medzinárodnom prostredí, - poznatky o postavení a činnosti nadnárodných spoločností, - porozumenie interkultúrnym rozdielom na úrovni krajín. Kompetentnosti: - personálne kompetentnosti rozvíjané prácou v tíme, aktívnou diskusiou a potrebou formulovať vlastné názory, - odborná kompetentnosť získaná aplikáciou poznatkov pri riešení reálnych prípadových štúdií, - intrekultúrne kompetentnosti rozvíjané prostredníctvom hrania rolí. Zručnosti: - integrácia poznatkov a ich aplikácia na reálne problémy medzinárodného podnikania, - rozvoj kritického a variantného myslenia pri riešení úloh medzinárodného rozhodovania, - percepčia podnikateľských príležitostí a hrozieb v medzinárodnom prostredí, - tvorba medzinárodných podnikateľských stratégií.	

Stručná osnova predmetu:

Prednášky:

1. Medzinárodné prostredie – charakteristika, analýza faktorov a trendov.
2. Konkurenčné výhody krajín.
3. Internacionalizácia podnikania.
4. Rozhodovanie o vstupe na zahraničný. Export.
5. Medzinárodný pohyb know-how. Kapitálové vstupy na zahraničný trh.
6. Priame zahraničné investície.
7. Medzinárodné strategické partnerstvá.
8. Medzinárodné stratégie.
9. Organizačné usporiadanie nadnárodných spoločností.
10. Medzinárodné riadenie ľudských zdrojov.
11. Podnikanie v kontexte rôznych národných kultúr.
12. Medzinárodná podnikateľská etika.
13. Pôsobenie multinacionálnych a transnacionálnych spoločností v SR.

Semináre:

1. Analýza rozdielov v manažérskych prístupoch vo svete.
2. Strategická diagnostika medzinárodného prostredia.
3. Analýza medzinárodných konkurenčných výhod na príklade konkrétnej krajiny.
4. Rozhodovanie o formách vstupe na zahraničný trh. Export – analýza kúpnej zmluvy.
5. Medzinárodný pohyb know-how: franšízing a licencie.
6. Rozbor príčin a procesu realizácie akvizícií a fúzií.
7. Priame zahraničné investovanie vo V4.
8. Mnohostranné strategické aliancie.
9. Semestrálny test.
10. Identifikácia medzinárodnej podnikateľskej stratégie.
11. Výber zamestnancov na zahraničné vyslanie.
12. Kultúrne rozdiely v kľúčových regiónoch sveta.
13. Porušovanie medzinárodnej podnikateľskej etiky – príklady.

Odporúčaná literatúra:

Základná literatúra:

1. HILL, C.W.L., HULT, G.T.M. 2020. Global Business Today. New York : McGraw Hill Education. ISBN 978-1-260-08837-3
2. BOBENIČ HINTOŠOVÁ, A. 2021. Inward FDI: Characterizations and Evaluation. In Encyclopedia. 2021, vol. 1, no. 4, pp. 1027-1037. ISSN 2673-8392
3. CASTELLANI, D. a kol. Contemporary Issues in International Business. Cham : Springer, 2018. ISBN 978-3-319-70219-3
4. IKE, L.: International Business: Environments Operations. London : XLibris, 2017. ISBN 978-1-5245-9754-2

Sylabus predmetu:

Prednášky:

1. Medzinárodné prostredie – charakteristika, analýza faktorov a trendov.
2. Konkurenčné výhody krajín.
3. Internacionalizácia podnikania.
4. Rozhodovanie o vstupe na zahraničný. Export.
5. Medzinárodný pohyb know-how. Kapitálové vstupy na zahraničný trh.
6. Priame zahraničné investície.
7. Medzinárodné strategické partnerstvá.
8. Medzinárodné stratégie.

9. Organizačné usporiadanie nadnárodných spoločností.
10. Medzinárodné riadenie ľudských zdrojov.
11. Podnikanie v kontexte rôznych národných kultúr.
12. Medzinárodná podnikateľská etika.
13. Pôsobenie multinacionálnych a transnacionálnych spoločností v SR.

Semináre:

1. Analýza rozdielov v manažérskych prístupoch vo svete.
2. Strategická diagnostika medzinárodného prostredia.
3. Analýza medzinárodných konkurenčných výhod na príklade konkrétnej krajiny.
4. Rozhodovanie o formách vstupu na zahraničný trh. Export – analýza kúpnej zmluvy.
5. Medzinárodný pohyb know-how: franšízing a licencie.
6. Rozbor príčin a procesu realizácie akvizícií a fúzií.
7. Priame zahraničné investovanie vo V4.
8. Mnohostranné strategické aliancie.
9. Semestrálny test.
10. Identifikácia medzinárodnej podnikateľskej stratégie.
11. Výber zamestnancov na zahraničné vyslanie.
12. Kultúrne rozdiely v kľúčových regiónoch sveta.
13. Porušovanie medzinárodnej podnikateľskej etiky – príklady.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
anglický

Poznámky:
N/A

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: doc. Ing. Jozef Zuzik, PhD.

Dátum schválenia: 14.12.2022

Dátum poslednej zmeny: 16.08.2022

Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave					
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach					
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22920/22		Názov predmetu: State Exam - Business and Marketing			
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: II.					
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: 0					
A	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:					
Dátum schválenia: 22.08.2022					
Dátum poslednej zmeny:					
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Ekonomická univerzita v Bratislave					
Fakulta: Podnikovohospodárska fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach					
Kód predmetu: KOP PHF/ PPO22921/22		Názov predmetu: Final Thesis and its Defense			
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: II.					
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: 0					
A	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:					
Dátum schválenia: 22.08.2022					
Dátum poslednej zmeny:					
Schválil: osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Erik Weiss, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. PhDr. Ing. Robert Verner, PhD., MBA, osoba zodpovedná za realizáciu študijného programu doc. JUDr. Ing. Aneta Bobenič Hintošová, PhD.					