

# OBSAH

1. Dane podnikateľských subjektov.....	2
2. Digitálny marketing.....	4
3. Diplomová práca s obhajobou.....	7
4. Diplomový seminár.....	9
5. Finančno-ekonomická analýza podniku 2.....	11
6. Finančný manažment.....	13
7. Firemné plánovanie v malých a stredných podnikoch.....	15
8. Informačné systémy.....	17
9. Investičné riadenie v malých a stredných podnikoch.....	19
10. Kontroling.....	21
11. Koučovanie.....	23
12. Kreativita a kultúra v regionálnom rozvoji.....	25
13. Kvalitatívny a kvantitatívny výskum v podniku.....	27
14. MIS a marketingový výskum.....	29
15. Makroekonomický vývoj a hospodárska politika na Slovensku (v spolupráci s NBS).....	31
16. Makroekonómia 2.....	33
17. Manažment implementácie fondov EÚ.....	36
18. Manažment inovácií.....	38
19. Manažment rizika.....	40
20. Manažment vzťahov so zákazníkom.....	42
21. Manažérska komunikácia.....	44
22. Manažérske informačné systémy.....	47
23. Manažerstvo kvality.....	49
24. Marketing služieb.....	51
25. Marketingová komunikácia.....	53
26. Medzinárodný finančný manažment.....	55
27. Medzinárodný manažment a marketing.....	57
28. Podniková logistika.....	60
29. Projektový manažment.....	62
30. Prípadové štúdie z cestovného ruchu 2.....	64
31. Psychológia trhu.....	66
32. Riadenie hodnoty značky.....	68
33. Sociálno-psychologický výcvik.....	70
34. Spoločensky zodpovedné podnikanie.....	72
35. Strategický manažment.....	75
36. Strategický marketing.....	77
37. Teória hier.....	80

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_DPS	<b>Názov predmetu:</b> Dane podnikateľských subjektov
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 3.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> - <b>b) záverečné hodnotenie:</b> Počet bodov za záverečné hodnotenie zodpovedá percentuálnej úspešnosti študenta podľa klasifikačnej stupnice. Zo šiestich klasifikačných stupňov je minimálna úspešnosť 65 bodov (65 %) zo 100 bodového maximálneho hodnotenia. Písomná skúška – časť teoretická 40 bodov, Písomná skúška – časť praktická 60 bodov. Na opravnom termíne študent(ka) opravuje písomnú skúšku.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. použije získané teoreticko-legislatívne vedomosti z procesných a hmotno-právnych noriem na zdanenie fyzických a právnických osôb v podmienkach Slovenskej republiky, 2. je schopný v súlade s platnou daňovou sústavou reálne zistiť vznik a zánik daňovej povinnosti, určiť základ dane, sadzbu dane a výšku dane pre daňové subjekty a platiteľov priamych a nepriamych daní, 3. aplikuje legislatívne upravené možnosti oslobodenia od dane a kriticky overuje ich (ne)výhodnosť pre daňové subjekty podľa rôznych hľadísk, 4. posúdi alternatívne možnosti postupov zdaňovania s cieľom optimalizovať výšku platených daní a preddavkov podnikateľských subjektov na území Slovenskej republiky ale aj v európskom daňovom priestore, 5. hodnotí zavedené administratívne postupy z hľadiska správnych tokov informácií a zavedeného informačného systému podniku, ale aj z aspektu budúcich (očakávaných) zmien v podmienkach zdaňovania a formou modelových situácií kvantifikuje možné dosahy týchto zmien na ekonomické efekty z podnikateľskej činnosti, 6. vytvorí predpoklady pre správne splnenie daňových povinností aj z hľadiska registračných, oznamovacích povinností, miestnej príslušnosti daňovníkov, výkazníctva, hlásení a zabezpečenia dane.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b>	

1. Úvod do daňovej problematiky (Význam daní a základné daňové pojmy).
2. Finančná správa daní, daňové orgány a medzinárodná spolupráca v oblasti daní.
3. Spoločná charakteristika priamych daní a ich štruktúra. Miestne dane a daň z motorových vozidiel – teoreticky a prakticky.
4. Dane z príjmov fyzických osôb – teoreticky a prakticky.
5. Dane z príjmov právnických osôb – teoreticky a prakticky.
6. Spoločná charakteristika spotrebných daní vrátane európskej harmonizácie daní.
7. Selektívne spotrebné dane - teoreticky a prakticky.
8. Komparatívna analýza budúcich (očakávaných) zmien v daňovej sústave Slovenskej republiky a v daňovej politike Európskej únie.

#### **Odporúčaná literatúra:**

1. SCHULTZOVÁ, A. a kol. 2021. Daňovníctvo. Bratislava : Wolters Kluwer SR, s. r. o., 2021. ISBN 978-80-7552-509-3.
2. HNÁTEK, M. 2020. Daňové a nedaňové náklady. Praha : Grada Publishing, a. s., 2020. ISBN 978-80-907398-2-6.
3. Platné zákony a iné právne normy upravujúce daňovú sústavu Slovenskej republiky a záväzné Smernice Európskej únie upravujúce daňovú problematiku.
4. DOBŠOVIČ, D. 2021. Tabuľky a informácie pre dane a podnikanie 2021. Bratislava : Wolters Kluwer SR, s. r. o. ISBN: 978-80-571-0316-5.
5. BUJŇANSKÝ, J. 2017. Dane podnikateľských subjektov. Nitra : SPÚ, 2017. ISBN 978-80-552-1670-6.
6. SOBOTOVIČOVÁ, S., JANOUŠKOVÁ, J. 2020 Specifics of Real Estate Taxation in the Czech and Slovak Republics, 2020. Internationale Advances in Economic Research. SPRINGER US, Zväzok 26(3). ISSN 1083-0898.

#### **Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

#### **Poznámky - časová záťaž študenta**

150

Kombinované štúdium (P, S, K): 12 hod.

samoštúdium: 78

aktualizácia informácií, práca s legislatívou: 40

príprava a vyplňovanie tlačív a formulárov 20

#### **Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 48

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
2.08	16.67	25.0	25.0	27.08	2.08	2.08

**Vyučujúci:** doc. Ing. Miroslava Vinczeová, PhD., Ing. Ladislav Klement, PhD., Ing. Vladimíra Klementová, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 02.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_DigMar	<b>Názov predmetu:</b> Digitálny marketing
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 3., 5.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> aktívna účasť na riešení zadaní a praktických úloh v priebehu semestra: 0-60 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> test/písomka: 0-40 bodov V opravnom termíne študent opravuje tú súčasť skúšky, za ktorú získal menej bodov tak, aby bol konečný súčet bodov minimálne 65.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. pozná základné pojmy a rozumie princípom fungovania online a digitálneho marketingu 2. nadobudne zručnosti, vďaka ktorým dokáže identifikovať, skúmať a osloviť cieľový trh 3. dokáže vytvoriť digitálnu marketingovú stratégiu a digitálny marketingový plán 4. zvládne používanie moderných nástrojov digitálneho marketingu v praxi na dosahovanie online cieľov 5. dokáže využívať analytické nástroje, merať online výkonnosť a na základe toho formulovať manažérske odporúčania 6. osvojí si a rozvinie svoje digitálne zručnosti a prierezové zručnosti v oblasti komunikácie, tímovej práce, kritického a kreatívneho myslenia.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Vymedzenie a základné pojmy súvisiace s digitálnym a online marketingom. Online vs offline správanie zákazníkov, metódy ich identifikovania a skúmania, ich podobnosti a rozdiely (STDC a AIDA model, segmentácia zákazníkov, body kontaktu). 2. Práca s dátami a štatistikami v oblasti digitálnych technológií. Tvorba digitálneho plánu a budovanie online firemnej stratégie: rozsah, technológie, tvorivý obsah, stanovenie poslania, cieľov a KPI, USP a diferenciacia, analýza konkurencie (vyhľadávače a Google Alerts), rozpočet, spätná väzba. 3. Digitálna prezentácia na internete: internetové miestne adresáre firiem, webové stránky, mobilné aplikácie, sociálne médiá, elektronický obchod. Optimalizácie pre vyhľadávače (SEO), reklama vo výsledkoch vyhľadávania (SEM). Kľúčové slová a aukčný systém, PPC kampane. 4. Budovanie vzťahov so zákazníkmi a zvyšovanie povedomia o firme na sociálnych sieťach.	

5. Rozvoj mobilných zariadení, mobilný web a mobilné aplikácie.
6. Obsahový marketing, obsahová reklama, e-mailový marketing, využitie videa v marketingu.
7. Analytické nástroje na meranie online výkonnosti a úspešnosti, webová analytika a efektívna prezentácia dát. Etické využívanie dát, GDPR.

#### **Odporúčaná literatúra:**

1. PERFORMICS a kol. 2021. Uspejte v online: Čo najlepší marketéri vedia, robia a hlásajú. Lion Communications Slovakia, 2021. 291s. ISBN 9788097369408
2. KOLEKTÍV AUTOROV. 2019. Online marketing: tvorba zarábajúceho webu. Affiliate sieť Dognet: 2019. 507 s. ISBN 9788089969029
3. KOLEKTÍV AUTOROV. 2020. 123 tipov pre online a affiliate marketing. Affiliate sieť Dognet: 2020. 608 s. ISBN 9788089969098
4. KOMAN, G. - HOLUBČÍK, M. - KUBINA, M. 2020. Digitálny marketing - vybrané nástroje prezentácie podniku v online priestore. Edis: 2020. ISBN 9788055417028
5. KOLEKTÍV AUTOROV. 2014. Online marketing: Současné trendy očima předních expertů. Computer Press: 2014. 216 s. ISBN 9788025141557
6. JANOUC, V. 2020. Internetový marketing. Computer Press: 2020. 376 s. ISBN 9788025150160
7. ŘEZNÍČEK, J. - PROCHÁZKA, T. 2014. Obsahový marketing: Nakrmte Internet svým obsahem. Computer Press: 2014. 224 s. ISBN 9788025141526
8. MURÁR, 2011. Marketing na Twitteri. Websupport: 2011. 138 s. ISBN 9788097081478
9. SEMERÁDOVÁ, T. - WEINLICH, P. 2019. Marketing na Facebooku a Instagramu. Computer Press: 2019. 192 s. ISBN 9788025149591
10. MILLER, M. 2012. Internetový marketing s Youtube: Průvodce využitím on-line videa v byznysu. Computer Press: 2012. 296 s. ISBN 9788025136720
11. SPIES, M. - WENGER, K. 2020. Branded Interactions: Marketing Through Design in the Digital Age. Thames & Hudson: 2020. 352 s. ISBN 9780500023709
12. RYAN, D. 2020. Understanding Digital Marketing: A complete Guide to Engaging Customers and Implementing Successful Digital Campaigns. Kogan Page: 2020. 448 s. ISBN 1789666015
13. Google Digitálna garáž - Základy digitálneho marketingu  
<https://learndigital.withgoogle.com/digitalnagaraz/course/digital-marketing>.

#### **Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

#### **Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:

Kombinované štúdium (P, S, K): 12

samoštúdium: 82

Práca na zadaniach: 36

Zber, štúdium a spracovanie informácií: 20

#### **Hodnotenie predmetov**

Nový predmet

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**Vyučujúci:** doc. Ing. Janka Táborecká, PhD., Ing. Peter Laco, PhD., Ing. Filip Smutný, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 03.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> DE_2_DPsO	<b>Názov predmetu:</b> Diplomová práca s obhajobou
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> <b>Typ predmetu:</b> A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 20	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 3., 4., 5., 6..	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> spracovanie diplomovej práce a jej predloženie v stanovenom termíne <b>b) záverečné hodnotenie:</b> obhajoba diplomovej práce pred štátnicovou komisiou	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. použije teoretické poznatky získané počas štúdia pri riešení témy diplomovej práce, 2. je schopný formulovať cieľ skúmania, identifikovať problém a možnosti jeho riešenia, 3. posúdi stav riešenej problematiky doma a v zahraničí, formuluje vlastné stanovisko k skúmanej téme, polemizuje s autormi, 4. aplikuje v postupe riešenia logickú štruktúru, dokáže analyzovať primárne a sekundárne údaje, 5. zhodnotí výsledky výskumu a analýzy zozbieraných dát aplikovaných v rámci témy svojej práce, 6. vytvorí návrh odporúčaní alebo nové riešenia v oblasti témy diplomovej práce a tieto zdôvodní, vytvorí prezentačný materiál pre účely obhajoby diplomovej práce a obháji svoje názory.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> Využitie poznatkov z diplomového seminára pri spracovaní konečnej verzie diplomovej práce vypracovanej podľa platnej smernice v požadovanom rozsahu a odovzdanej v stanovenom termíne. Preukázanie vedomostí, zručností a schopností získaných počas štúdia pri návrhu riešenia formulovaných problémov. Obhajoba diplomovej práce pred komisiou pre štátne záverečné skúšky.	
<b>Odporúčaná literatúra:</b> 1. Smernica č. 9/2021 o záverečných, rigorózných a habilitačných prácach na Univerzite Mateja Bela v Banskej Bystrici. 2. S-02-21 Úprava písomných vysokoškolských prác, záverečných prác a habilitačných prác na Ekonomickej fakulte Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici. 3. Silverman, D. 2020. Qualitative Research. London: Sage Publication, 2020, ISBN13 (EAN): 9781529712971. 4. Silverman, D. 2018. Doing Qualitative Research. London: Sage Publication, 2018, ISBN (EAN) 35406511.	

5. Silverman, D. 2019. Interpreting Qualitative Data. London: Sage Publication, 2018, ISBN13 (EAN) 9781526467249
6. Remr, J., Hendl, J. 2017. Metody výzkumu a evaluace. Praha: Portál, 2017, ISBN: 978-80-262-1192-1.
7. STN ISO 690:2012. Informácie a dokumentácia. Návod na tvorbu bibliografických odkazov na informačné pramene a ich citovanie.
8. Zákon č. 185/2015 Z. z. Autorský zákon v znení neskorších predpisov.
9. Zákon č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácií) v znení neskorších predpisov.
10. Zákon č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.
11. Odborná literatúra podľa zvolenej témy diplomovej práce.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky - časová záťaž študenta**

600 hodín

Samoštúdium a rešeršovanie literatúry: 150

Zber informácií: 200

Analýza získaných údajov: 100

Syntéza a návrh opatrení: 140

Príprava prezentácie a obhajoba záverečnej práce: 10

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 84

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
42.86	30.95	22.62	2.38	1.19	0.0	0.0

**Vyučujúci:**

**Dátum poslednej zmeny:** 17.02.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.



## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_DS	<b>Názov predmetu:</b> Diplomový seminár
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 26s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 4	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 3., 5.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> vypracovanie 20 rešerší k téme diplomovej práce: 50 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> vypracovanie časti DP – metodológia (cieľ, metódy zberu a spracovania DP), osnova DP, odovzdať 10 strán 1. kapitoly): 50 bodov	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. použije teoretické poznatky zo štúdia pri riešení témy diplomovej práce (DP), 2. je schopný napísať DP ako projekt, 3. aplikuje v postupe riešenia DP logickú štruktúru, teoretické poznatky zo štúdia na riešenia konkrétneho problému z praxe, 4. posúdi stav riešenej problematiky v téme DP v podniku alebo na časti trhu, na ktorý tému DP aplikuje, 5. zhodnotí výsledky výskumu a analýzy zozbieraných dát aplikovaných v téme DP, 6. vytvorí návrh odporúčaní alebo nové riešenia v oblasti riešenej témy DP.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Diplomová práca ako projekt, jej postavenie v právnej úprave. 2. Očakávania fakulty od riešenia DP, problémy pri riešení DP. 3. Obsahové a formálne náležitosti diplomovej práce (obsahová štruktúra, formálna úprava). 4. Projekt diplomovej práce (DP), časový harmonogram spracovania, organizácia prípravy písania DP. Štúdium – rešerš literatúry a iných prameňov, spracovanie rešerší, účel rešerší, príprava bibliografických odkazov. 5. Zdroje a zber sekundárnych a primárnych dát, metódy zberu a spracovania informácií. 6. Formulovanie predmetu skúmania, stanovenie pracovnej hypotézy, vytýčenie cieľa riešenia DP. Štruktúra DP, zostavenie osnovy DP. 7. Metódy skúmania. 8. Spracovanie zozbieraného materiálu do konečnej verzie DP. 9. Typy argumentov a práca s nimi. 10. Práca s textom DP, modely kompozície štruktúry hlavného textu.	

11. Príprava na obhajobu DP (obsahová, vecná, formálna), priebeh obhajoby DP.  
12. Etika riešenia DP, plagiátorstvo.

**Odporúčaná literatúra:**

1. Smernica č. 9/2021 o záverečných, rigorózných a habilitačných prácach na Univerzite Mateja Bela v Banskej Bystrici.
2. S-02-21 Úprava písomných vysokoškolských prác, záverečných prác a habilitačných prác na Ekonomickej fakulte Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici.
3. Silverman, D. 2020. Qualitative Research. London: Sage Publication, 2020, ISBN13 (EAN): 9781529712971.
4. Silverman, D. 2018. Doing Qualitative Research. London: Sage Publication, 2018, ISBN (EAN) 35406511.
5. Silverman, D. 2019. Interpreting Qualitative Data. London: Sage Publication, 2018, ISBN13 (EAN) 9781526467249
6. Remr, J., Hendl, J. 2017. Metody výzkumu a evaluace. Praha: Portál, 2017, ISBN: 978-80-262-1192-1.
7. STN ISO 690:2012. Informácie a dokumentácia. Návod na tvorbu bibliografických odkazov na informačné pramene a ich citovanie.
8. Zákon č. 185/2015 Z. z. Autorský zákon v znení neskorších predpisov.
9. Zákon č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácií) v znení neskorších predpisov.
10. Zákon č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.
11. Odborná literatúra podľa zvolenej témy diplomovej práce.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky - časová záťaž študenta**

120 hodín

kombinované štúdium (P, S, K): 8

samoštúdium: 40

príprava projektu: 42

zber informácií: 30

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 47

abs	n
91.49	8.51

**Vyučujúci:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD., doc. Ing. Denisa Malá, PhD., doc. Ing. Janka Táborecká, PhD., doc. Ing. Miroslava Vinczeová, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 06.02.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_FEAP2	<b>Názov predmetu:</b> Finančno-ekonomická analýza podniku 2
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 2., 4.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> Prezentácia projektu – 50 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> Záverečný písomný test – 50 bodov	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> 1. na základe získaných poznatkov je schopný aplikovať bohatý metodologický aparát pri riešení konkrétnych úloh vo finančno-ekonomickej analýze podniku a vysvetliť využitie výsledkov v podnikovej praxi, 2. ovláda obsah, postup a metódy využívané vo finančnej analýze ex-post, vie využiť matematicko-štatistické metódy a ekonomicko-matematické modely kvantifikácie vplyvu determinujúcich činiteľov, 3. vie aplikovať obsah, postup a metódy finančnej analýzy ex-ante na riešenie konkrétnych úloh, dokáže posúdiť silné a slabé stránky jednotlivých metód a výsledky interpretovať, 4. ovláda metódy analýzy podnikovej výkonnosti vychádzajúce z teórie riadenia tvorby hodnoty (EVA, MVA), dokáže ich prakticky aplikovať a vysvetliť ich využitie v podnikovej praxi, 5. osvojil si obsah a metodológiu koncepcie Balanced Scorecard (BSC) a Six Sigma, získané teoretické i praktické poznatky mu umožnia vysvetliť využitie BSC a Six Sigma pri meraní a hodnotení výkonnosti podniku.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Metódy využívané vo finančno-ekonomickej analýze (FEA) podniku. Klasifikácia metód využívaných vo FEA. Metódy FEA ex-post (horizontálna a vertikálna analýza účtovných výkazov, bilančné pravidlá, pomerové a rozdielové ukazovatele FEA, metódy kvantifikácie vplyvu determinujúcich činiteľov, FEA podniku v priestore, analýza úrovne transformačného procesu, tvorba kompozitných indikátorov vo FEA). 2. Metódy FEA ex-ante (metódy bodového hodnotenia, matematicko-štatistické metódy, vybrané alternatívne metódy). Silné a slabé stránky jednotlivých metód. 3. Metódy analýzy podnikovej výkonnosti vychádzajúce z teórie riadenia tvorby hodnoty (EVA, MVA, REVA). 4. Balanced Scorecard – využitie konceptu BSC na meranie a riadenie výkonnosti podniku.	

5. Balanced Scorecard – integrácia finančných a nefinančných meradiel.
6. Základy koncepcie Six Sigma ako stratégie podnikového riadenia zameranej na zlepšovanie produktivity, výkonnosti a kvality poskytovaných výrobkov a služieb. Riešenie modelových situácií.

**Odporúčaná literatúra:**

1. LESÁKOVÁ, Ľ., ELEXA, Ľ., GUNDOVÁ, P. 2015. Finančno-ekonomická analýza podniku 2. Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela Belianum, 100 s. ISBN 978-80-557-0983-3.
2. ELEXA, Ľ., GUNDOVÁ, P. 2019. Zbierka príkladov z finančno-ekonomickej analýzy podniku. Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela Belianum, 140 s. ISBN 978-80-557-1538-4.
3. KUBIČKOVÁ, D., JINDŘICHOVSKÁ, I. 2015. Finanční analýza a hodnocení výkonnosti firem. Praha : C. H. Beck, 342 s. ISBN 978-80-7400-538-1.
4. RUČKOVÁ, P. 2019. Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi. Praha : Grada Publishing, 160 s. ISBN 978-80-271-2028.
5. KALOUDA, F. 2015. Finanční analýza a řízení podniku. Praha : Grada Publishing, 230 s. ISBN 978-80-7380-526-5.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, K): 12 h.

samoštúdium (štúdium odbornej literatúry): 72 h.

spracovanie projektu: 55 h.

příprava a prezentácia projektu: 11 h.

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 16

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
56.25	37.5	0.0	0.0	6.25	0.0	0.0

**Vyučujúci:** doc. Ing. Ľuboš Elexa, PhD., Ing. Petra Gundová, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 06.02.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_FM	<b>Názov predmetu:</b> Finančný manažment
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 52s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 6	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 3.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> Písomná esej 0 – 10 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> Písomná skúška 0 - 90 bodov Pre úspešné absolvovanie predmetu v riadnom termíne musí študent získať v súhrne za všetky súčasti hodnotenia aspoň 65 bodov. V opravnom termíne študent absolvuje opravný písomný test (0 – 90 bodov). K počtu bodov získaných za opravný písomný test sa pripočíta počet bodov získaných za písomnú esej.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. dokáže použiť získané poznatky a zručnosti na dôkladnú analýzu daného problému týkajúceho sa oblasti praktického finančného riadenia podniku, 2. je schopný zvoliť vhodnú štruktúru zdrojov financovania podniku a rozhodnúť o ich efektívnej alokácii do jednotlivých dlhodobých aj krátkodobých zložiek majetku, 3. tvorivo aplikuje teoretické poznatky a rôzne metódy a nástroje finančného riadenia v praktických podnikových situáciách týkajúcich sa rozhodovania o zdrojoch kapitálu a jeho investovaní, riadenia finančných rizík, rozdeľovania finančných výsledkov, spájania podnikov a stanovenia hodnoty podniku, 4. posúdi výhody a nevýhody jednotlivých metód a nástrojov a je schopný rozlíšiť ich a zvoliť si z nich také, ktoré sú pre danú rozhodovaciu situáciu v operatívnom aj v strategickom finančnom riadení najvhodnejšie, 5. kriticky hodnotí aktuálne podnikové javy a dosiahnuté finančné výsledky a na základe toho je schopný prijať a implementovať relevantné finančné rozhodnutia a posúdiť ich možné dôsledky, a to aj na úrovni medzinárodných finančných transakcií, 6. na základe dôslednej analýzy, s využitím osvojených metód a nástrojov finančného riadenia spracuje návrhy na optimálnu štruktúru kapitálu, pripraví podklady pre projekt manažmentu finančných rizík, plán rozdelenia zisku podniku, finančnú analýzu a návrh uskutočnenia fúzie, spracuje jednoduché stanovenie hodnoty podniku ako celku a jednotlivých súčastí jeho majetku.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b>	

1. Obsah a úlohy finančného manažmentu.
2. Podnik a jeho finančné okolie. Vplyv prvkov okolia na finančné riadenie podniku.
3. Finančná a kapitálová štruktúra podniku.
4. Rozhodovanie o štruktúre zdrojov financovania v podniku. Náklady na kapitál.
5. Manažment vkladov kapitálu do dlhodobého hmotného a nehmotného majetku.
6. Finančné investovanie a jeho stratégie.
7. Manažment prevádzkového kapitálu.
8. Finančné riziká podniku a ich zmierňovanie.
9. Základy medzinárodného finančného manažmentu.
10. Rozdeľovanie finančných výsledkov a dividendová politika.
11. Finančné otázky fúzií podnikov.
12. Stanovenie hodnoty podniku a jeho majetkových zložiek.
13. Špecifiká finančného riadenia malých a stredných podnikov a základy podnikateľských financií.

#### **Odporúčaná literatúra:**

1. MUSA, H., KRIŠTOFÍK, P., VINCZEOVÁ, M. 2015. Finančný manažment. Banská Bystrica: Belianum. Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2015. ISBN 978-80-557-0991-8.
2. KRÁĽOVIČ, J., VLACHYNSKÝ, K. a kol. 2011. Finančný manažment. Bratislava : Iura Edition, 2011. ISBN 978-80-8078-356-3.
3. KRÁĽOVIČ, J., POLEDNÁKOVÁ, A., SOCHOR, M., VLACHYNSKÝ, K. 2011. Finančný manažment – zberka príkladov. Bratislava : Iura Edition, 2011. ISBN 978-80-8078-431-7.
4. VINCZEOVÁ, M. 2018. Možnosti financovania malých a stredných podnikov z cudzích zdrojov. Banská Bystrica : Belianum. Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2018. ISBN 978-80-557-1418-9.
5. EMERY, D.R., FINNERTY, J.D., STOWE, J.D. 2018. Corporate Financial Management. Morristown : Wohl Publishing, 2018. ISBN 978-1-935938-54-5.
6. Ekonomické a finančné spravodajstvo – napr. Hospodárske noviny, Trend, Profit, Forbes, Poradca, Finančný manažér atď.

#### **Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

#### **Poznámky - časová záťaž študenta**

180 hodín

kombinované štúdium (P, S, K): 16

samoštúdium: 100

štúdium aktuálnej legislatívy: 15

zber informácií k eseji: 20

príprava eseje: 29

#### **Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 50

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
10.0	20.0	14.0	12.0	38.0	6.0	0.0

**Vyučujúci:** doc. Ing. Miroslava Vinczeová, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 06.02.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_FPvMaSP	<b>Názov predmetu:</b> Firemné plánovanie v malých a stredných podnikoch
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 52s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 6	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 2.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> Semestrálny projekt: 0 – 10 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> Písomný test: 0 – 10 bodov. Pre úspešné absolvovanie predmetu v riadnom termíne musí študent získať v súhrne za všetky súčasti hodnotenia aspoň 65 %. Výsledné hodnotenie je dané súčtom počtu bodov zo semestrálneho projektu a písomného testu. V prípade, že študent nezíska min. počet bodov (13 bodov spolu z oboch častí), opakuje tú časť, z ktorej nevyhovel.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. na základe získaných poznatkov dokáže zdôvodniť význam firemného plánovania v malých a stredných podnikoch, vysvetliť obsah, štruktúru a postup plánovacieho procesu a zvládnuť základné metódy a techniky plánovania, 2. je schopný vysvetliť a prakticky aplikovať postup a obsah jednotlivých krokov v procese tvorby strategického plánu podniku, 3. dokáže vypracovať podnikateľský plán v predpísanej štruktúre a obsahu, zostaviť zakladateľský rozpočet, charakterizovať jednotlivé zdroje financovania podnikateľskej činnosti v malých a stredných podnikoch, 4. dokáže zvládnuť obsah, štruktúru, metódy a techniky tvorby globálneho plánu podniku ako aj jednotlivých funkčných – vecných plánov v podniku, aplikovať metódy a postupy využívané v procese tvorby funkčných plánov podniku, 5. je schopný vysvetliť rôzne prístupy k firemnému plánovaniu a vysvetliť prednosti firemného plánovania v malých a stredných podnikoch.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Obsah firemného plánovania. Štruktúra a postup plánovacieho procesu. 2. Organizácia plánovania v podniku. Metódy a techniky firemného plánovania. 3. Systém firemných plánov v malých a stredných podnikoch. 4. Strategické a podnikateľské plány. Podnikateľský Business plán.	

5. Obsah, postup a metódy tvorby podnikateľského plánu.
6. Tvorba funkčných - vecných plánov v podniku. Proces tvorby funkčných plánov podniku.
7. Marketingový plán.
8. Plán výroby.
9. Plán poskytovania služieb.
10. Plán nákupu a zásobovania.
11. Personálny plán.
12. Plán inovácií
13. Finančný plán. Metódy a techniky využívané v procese tvorby funkčných plánov podniku.

**Odporúčaná literatúra:**

1. Lesáková, Ľ. a kol. 2013. Firemné plánovanie v malých a stredných podnikoch. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 2013. 238 s. ISBN 978-80-557-0508-8.
2. Srpová, J. a kol. 2020. Začínáme podnikat. Praha : Grada publishing, 264 s. ISBN 978-80-271-2253-0.
3. Papula, J. a kol. 2018. Ako začať a úspešne podnikat'. Podnikateľské príbehy, vízie, stratégie a modely. Praha : Wolters Kluwer SR, 280 s. ISBN978-80-7552-985-5.
4. Svobodová, I., Andera, M. 2017. Od nápadu k podnikateľskému plánu. Jak hledat a rozvíjet podnikateľské príležitosti. Praha : Grada Publishing. ISBN 978-8-271-0407-9.
5. Quinlan, Ch. Et al. 2018. Business Research Methods. London : Cengage Learning EMEA 397 p. ISBN 978-1-4737-6035-6.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hod.

kombinované štúdium (P, S, K): 16 hod.

samoštúdium (štúdium odbornej literatúry): 72 hod.

spracovanie projektu: 52 hod.

příprava a prezentácia projektu: 10 hod.

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 45

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
8.89	20.0	37.78	17.78	15.56	0.0	0.0

**Vyučujúci:** doc. Ing. Ľuboš Elexa, PhD., Ing. Petra Gundová, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 01.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.



## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_IS	<b>Názov predmetu:</b> Informačné systémy
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 2., 4.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> a) priebežné hodnotenie: písomný test z teoretickej časti – podnikové informačné systémy – 30 bodov b) záverečné hodnotenie: písomný test z praktickej časti – modelovanie a analýza ekonomických procesov v programe MS Excel a podpora manažérskeho rozhodovania v programoch Power BI a MS SQL Server – 70 bodov Podmienky v opravnom termíne sú rovnaké ako v riadnom termíne. Študent môže v opravnom termíne podľa vlastného uváženia opakovane vykonať akúkoľvek kombináciu parciálnych testov.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent po úspešnom absolvovaní predmetu 1. dokáže použiť rôzne nástroje informačných systémov (IS) implementovaných v podniku, 2. je schopný identifikovať bezpečnostné riziká podnikových IS a ich ekonomické dôsledky pre podnikanie, 3. vie aplikovať moderné nástroje riadenia s využitím súčasných informačných technológií, 4. vie posúdiť efektívnosť implementácie rôznych komponentov informačného systému v podniku, 5. dokáže hodnotiť kľúčové ukazovatele podniku na základe aktuálnych údajov z podnikových databáz, 6. vie spracovať dátové podklady na podporu rozhodovania pre rôzne úrovne manažmentu podniku.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> Princípy podnikovej informatiky. Význam IS pre stratégiu podniku a podnikové procesy. Funkcie a komponenty IS. Platformy IS - hardvérová a softvérová. Architektúra IS. Cloud Computing a jeho formy. Kategorizácia IS, OLTP a OLAP systémy. Ekonomický IS a jeho hlavné funkcionality. Komplexné softvérové riešenia na riadenie podnikových zdrojov (ERP), riadenie vzťahov so zákazníkmi (CRM), s dodávateľmi (SCM), riadenie podnikového obsahu (ECM). Podpora podnikania v elektronickom priestore. Manažérske informačné systémy a ich uplatnenie v procese rozhodovania. Business Intelligence. Analýza a prezentácia údajov z IS v programe MS Excel a Power BI. Analýza údajov z relačných podnikových databáz s využitím jazyka SQL. Modelovanie a analýza podnikových procesov pomocou pokročilých nástrojov tabuľkového procesora. Optimalizácia vybraných druhov podnikových procesov s využitím softvérových nástrojov lineárneho programovania. Budovanie a riadenie podnikového IS, životný cyklus IS,	

systemová integrácia, outsourcing. Bezpečnosť IS (bezpečnostná politika, informačná bezpečnosť, audit). Trendy v podnikovej informatike.

**Odporúčaná literatúra:**

1. HUDEC, J., HUŽVÁR, M., GUBALOVÁ, J., RIGOVÁ, Z. 2021. Banská Bystrica: Virtuálna UMB. <https://lms.umb.sk>, kurz Informačné systémy (EMP).
2. GÁLA, L., POUR, J., ŠEDIVÁ, Z. 2015. Podniková informatika. 3. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5457-4.
3. O'BRIEN, J. A., MARAKAS, G. M. 2011. Management Information Systems. 10. vyd. New York: McGraw-Hill/Irwin. ISBN 978-0071221092.
4. CHMELÁR, M. 2018. Reporting v Power BI, PowerPivot a jazyk DAX. Pezinok: Smart People. ISBN 978-80-973078-0-6.
5. LAURENČÍK, M.: 2018. SQL Podrobný průvodce uživatele. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-2154-0.
6. ASPIN, A.: 2020. Pro Power BI Desktop. New York: Apress. ISBN 978-1-4842-5763-0.
7. BROŽ, M., BEZVODA, V. 2009. Microsoft Excel 2007 pro manažery a ekonomy (5. akt. vyd.). Praha: Computer Press. ISBN 978-80-251-2116-0.
8. FELLNEROVÁ, P., ZIMKA, R. 2000. Lineárne programovanie v ekonómii. Banská Bystrica: EF UMB. ISBN 80-8055-453-6.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský, anglický

**Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:

kombinované štúdium: 12

samoštúdium: 68

riešenie zadaných úloh: 70

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 41

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
0.0	2.44	4.88	26.83	46.34	7.32	12.2

**Vyučujúci:** RNDr. Miroslav Hužvár, PhD., Ing. Jolana Gubalová, PhD., Ing. Zuzana Rigová, PhD., Ing. Peter Laco, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 15.12.2021

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_IRvMaSP	<b>Názov predmetu:</b> Investičné riadenie v malých a stredných podnikoch
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 2., 4.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> - <b>b) záverečné hodnotenie:</b> Písomný test: 50 bodov Spracovanie investičného projektu a jeho prezentácia: 50 bodov V opravnom termíne študent opravuje test. Body získané za projekt sa mu pripočítajú k bodom za opravný test.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> študent 1. použije získané poznatky pri investičnom rozhodovaní a tvorbe investičného plánu MSP, 2. je schopný posúdiť investičné vstupy a výstupy ako aj výsledné efekty investície pre MSP, 3. aplikuje statické a dynamické metódy hodnotenia investícií na zvolenom type investičného projektu, 4. posúdi prínosy investície MSP na základe jej testovania v podmienkach neistoty a rizika, 5. hodnotí investície obsiahnuté v investičnom pláne MSP na základe ekonomických a finančných kritérií, 6. využitím získaných poznatkov vytvorí štúdiu realizovateľnosti investičného projektu a zostaví investičný plán MSP.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Investičné riadenie, plánovanie a rozhodovanie. Investičný proces. 2. Prepočet plánovaných investičných vstupov (tvorba kapitálového rozpočtu) a výstupov (prínosov investície). 3. Hodnotenie a výber investičných projektov pomocou statických a dynamických metód (ekonomický aspekt hodnotenia investície). 4. Posúdenie vplyvu vybraných spôsobov financovania investície na finančnú stabilitu (finančný aspekt). Metódy investičného rozhodovania v podmienkach neistoty, rizika a obmedzených finančných zdrojov. 5. Tvorba investičného plánu MSP v kontexte investičných stratégií. 6. Faktory determinujúce investičný rozvoj MSP.	

**Odporúčaná literatúra:**

1. MARKOVÁ, V. 2015. Investičné riadenie v malých a stredných podnikoch. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela; Ekonomická fakulta, 2015, ISBN 978-80-557-0984-0.
2. HVOLKOVÁ, L. 2015. Sociálne zodpovedné investovanie podnikov v Slovenskej republike. Banská Bystrica: Vydavateľstvo Belianum, 2015, ISBN 978-80-557-0872-0.
3. FOTR, J., SOUČEK, I., ŠPAČEK, M. 2020. Tvorba stratégie a strategické plánování. Praha: Grada Publishing, 2020, ISBN 9788027124992.
4. FOTR, J., ŠVECOVÁ, L. a kol. 2016. Manažerské rozhodování. Postupy, metody a nástroje. Praha: Ekopress 2016. ISBN 9788087865330.
5. FOTR, J., SOUČEK, I. 2015. Tvorba a řízení portfolia projektu. Praha: Grada Publishing, 2015, ISBN 9788024752754.
6. HNILICA, J., FOTR, J. 2014. Aplikovaná analýza rizika ve finančním managementu a investičním rozhodování. Praha: Grada Publishing, 2014, ISBN 9788024751047.
8. KRCHOVÁ, H. 2019. Praktický projektový manažment. Bratislava: Wolters Kluwer, 2019, ISBN 9788075984661.
9. ORGONÁŠ, J., ŠÉTAFFY, J. RAK, P. 2017. Kompendium franchisingu. Praha : Wolters Kluwer, 2017, ISBN 9788075528537.
7. SCHOLLEOVÁ, H. 2009. Investiční controlling. Praha: GRADA Publishing, 2009, ISBN 978-80-247-2952-7.
8. BAKER, H. K., FILBECK, G. 2014. investment Risk Management. Oxford University Press, 2014.
9. HIRT, G. A. 2011. Fundamentals of Investment Management. McGraw-Hill Education, Europe, 2011, ISBN13 (EAN): 9780078034626.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, K): 12 hod.,

samoštúdium: 60 hod.,

príprava projektu: 60 hod.,

zber informácií: 18 hod.

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 16

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
0.0	12.5	12.5	6.25	37.5	18.75	12.5

**Vyučujúci:** Ing. Vladimíra Klementová, PhD.**Dátum poslednej zmeny:** 03.03.2022**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_Kontr	<b>Názov predmetu:</b> Kontroling
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 3., 5.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> - <b>b) záverečné hodnotenie:</b> písomný test (0 - 100 bodov) zo všetkých tematických celkov. Pre úspešné absolvovanie predmetu v riadnom termíne musí študent získať z písomného testu aspoň 65 bodov. V opravnom termíne študent absolvuje opravný písomný test (0 – 100 bodov) zo všetkých tematických celkov. Pre úspešné absolvovanie predmetu v opravnom termíne musí študent získať aspoň 65 bodov.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent 1. použije získané vedomosti pri analýze a interpretácii základných ekonomických a finančných vzťahov v podniku, 2. je schopný použiť vybrané nástroje kontrolingu v podnikovej praxi, 3. posúdi vypovedaciu hodnotu získaných ukazovateľov v kontexte porovnania plánov a skutočnosti, 4. aplikuje analytické myslenie pri identifikácii príčin vzniku odchýlok a navrhuje opatrenie na ich odstránenie v budúcnosti, 5. hodnotí vzájomné väzby medzi ukazovateľmi s cieľom optimalizovať ekonomickú a finančnú situáciu v podniku, 6. vie navrhnúť postup tvorby a využívania vlastného kontrolingového systému v riadení vnútropodnikových ekonomických procesov.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Podstata a história kontrolingu. Kontroling v systéme riadenia podniku. Kontrolingový informačný systém. Osobitosti kontrolingu v malých a stredných podnikoch. 2. Nákladový kontroling. Riadenie nákladov podniku z pohľadu rôznych prístupov. 3. Kalkulácie ako nástroj kontrolingu. 4. Rozpočty ako nástroj kontrolingu. 5. Oceňovanie výkonov vnútropodnikových útvarov.	

6. Kontroľing zásob, kontroľing pohľadávok a finančných účtov.

7. Kontroľing výnosov a výsledku hospodárenia.

**Odporúčaná literatúra:**

1. PONIŠČIAKOVÁ, O., GOGOLOVÁ, M. 2017. Podnikový kontroľing. Žilina : EDIS, 2017. ISBN 9788055413204.

2. TÓTH, M., ŠAGÁTOVÁ, S. 2020. Nákladový kontroľing. Bratislava : Wolters Kluwer, 2020. ISBN 9788075989062.

3. TÓTH, M., ŠAGÁTOVÁ, S., ŠTETKA, P. 2021. Nákladový kontroľing. Zbierka príkladov. Bratislava : Wolters Kluwer, 2020. ISBN 9788057103950.

4. POPESKO, B., PAPADAKI, Š. 2016. Morderní metody řízení nákladů. Praha : Grada. ISBN 9788024757735.

5. KRÁL, B. a kol. 2019. Manažérske účtenictví. Praha : Management Press, 2019. ISBN 9788072615681.

6. BOGYOVÁ, E. - GROFČÍKOVÁ J. - LAPKOVÁ, M. 2011. Kontroľing v malých a stredných podnikoch. Banská Bystrica : EF UMB, 2011. ISBN 978-80-557-0294-0.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S): 12 hodín

samostatné riešenie príkladov a zadaných úloh: 57 hodín

samoštúdium literatúry: 81 hodín

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 22

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
4.55	9.09	9.09	13.64	50.0	0.0	13.64

**Vyučujúci:** Ing. Ladislav Klement, PhD., doc. Ing. Ľuboš Elexa, PhD., Ing. Vladimíra Klementová, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 01.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_Kouč	<b>Názov predmetu:</b> Koučovanie
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 26s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 4	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1., 3.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> a) priebežné hodnotenie: písomný test 0-25 bodov, aktivita na seminároch (seminárna práca) 0-25 bodov b) záverečné hodnotenie: ústna skúška 0-50 bodov Kredity sa pridelia študentovi, ktorý získal z predmetu za plnenie určených podmienok minimálne 65 zo 100 bodov. <b>a) priebežné hodnotenie:</b> písomný test 0-25 bodov, aktivita na seminároch (seminárna práca) 0-25 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> ústna skúška 0-50 bodov Kredity sa pridelia študentovi, ktorý získal z predmetu za plnenie určených podmienok minimálne 65 zo 100 bodov.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> študent 1. Pochopí podstatu procesu koučovania. 2. Spozná základné nástroje a techniky koučovania. 3. Bude schopný posúdiť, aké nástroje a techniky koučovania je vhodné použiť v rôznych situáciách. 4. Dokáže viesť koučovací rozhovor.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> Historický vývoj koučovania. Podstata koučovania, odlišnosti koučovania od konzultovania, mentorovania, poradenstva. Prednosti a nedostatky koučovania. Transakčné a transformačné koučovanie. Sebakoučovanie, individuálne a skupinové koučovanie. Životné a pracovné koučovanie. Systemické koučovanie. Metódy koučovania GROW, ADAPT, ACHIEVE, Kaizen. Proces koučovania. Techniky kladenia otázok. Poskytovanie spätnej väzby. Kouč, jeho roly a požiadavky na osobu kouča. Koučovanie v SR a v zahraničí.	
<b>Odporúčaná literatúra:</b> 1. BIRCH P. 2005. Koučování. Vydavateľstvo CP Books, a.s. 2005. 97 s. ISBN 80-251-0581-4.	

2. DAŇKOVÁ M. 2008. Koučování – Kdy, jak a proč. Grada. 2008. 112 s. ISBN – 978-80-247-2047-0.
3. DEMBOWSKI S., ELDRIDGE F., HUNTER I. 2009. 7 kroků efektivního koučování. Vydavatelství Computer Press. 2009. 320 s. ISBN 978-80-251-1897-9.
4. FISCHER – EPE M. 2006. Koučování: Zásady a techniky profesního doprovázení. Portál s.r.o. 2006. 187 s. ISBN 80-7367-140-9.
5. FLEMING I., TAYLOR A. J. 2005. Koučování. Vyd. 1. Praha: Portál. 2005. 112 s. ISBN 80-7367-009-7.
6. GIERTLOVÁ, K. 2004. Manažovat' a koučovat' systematicky? Áno. Vydavatelství Dali-BB, s.r.o. 2004. 158 s. ISBN 80-89090-07-9.
7. HABERLEITNER E., DEISTLER E., UNGVARI R. 2009. Vedení lidí a koučování v každodenní praxi. Vydavatelství Grada. 2009. 255 s. ISBN 978-80-247-2654-0.
8. ROSINSKI P. 2009. Koučování v multikulturním prostředí. Management Press. 2009. 323 s. ISBN 978-80-7261-195-9.
9. STACKE É. 2005. Koučování pro manažery a firemní týmy. Grada. 2005. 156 s. ISBN 80-247-0937-6.
10. SUCHÝ J., NÁHLOVSKÝ P. 2007. Koučování v manažerské praxi – Klíč k pozitivním změnám a osobnímu růstu. Vydavatelství Grada Publishing. 2007. 124 s. ISBN 978-80-247-1692-3.
11. SZABÓ P., MEIER D. 2010. Koučovanie – krátko, jednoducho, účinne. Dali-BB, s.r.o. 2010. 103 s. ISBN 978-80-89090-78-5.
12. WHITMORE J. 2011. Koučování – Rozvoj osobnosti a zvyšování výkonnosti. Vydavatelství Management Press. 2011. 243 s. ISBN – 978-80-7261-209-3.
13. ULRICH D. 2008. Coaching for results, Business Strategy Series, Emerald, Vol. 9., č. 3, s. 104 – 114. ISSN: 1751-5637.
14. WHITMORE, J. 2009. Coaching for Performance: GROWing Human Potential and Purpose - The Principles and Practice of Coaching and Leadership, 4th Edition. Nicholas Brealey Publishing. 2009. 244 pages. ISBN 978-1857885354.

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

**Poznámky - časová zát'az študenta**

120 hodín  
prezenčné štúdium (S, K): 26  
samoštúdium: 50  
zber informácií, prezentácia: 44

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 26

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
88.46	7.69	3.85	0.0	0.0	0.0	0.0

**Vyučujúci:** Ing. Jozef Ďurian, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 20.06.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.



## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_KKvRR	<b>Názov predmetu:</b> Kreativita a kultúra v regionálnom rozvoji
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Seminár <b>Typ predmetu:</b> C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 26s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 4	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1., 3.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> Počet bodov získaný za priebežné a záverečné hodnotenie je 100. Zodpovedá klasifikačnej stupnici hodnotenia. Kredity sa pridelia študentovi, ktorý získal z predmetu za plnenie určených podmienok minimálne 65 zo 100 bodov. <b>a) priebežné hodnotenie:</b> absolvovanie priebežných zadaní počas semestra a výskumu v požadovanom rozsahu 0 -50 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> spracovanie seminárnej práce a jej prezentácia s využitím aktivizujúcich foriem výučby: 0 - 50 bodov	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent po úspešnom absolvovaní kurzu: 1. rozumie a aktívne používa terminológiu a poznatky o kultúre a kreatívnom priemysle 2. uplatňuje teoretické vedomosti pri riešení konkrétnych problémov rozvoja kultúry a kultúrnych inštitúcií v území 3. posudzuje problematiku v aktuálnom kontexte a v kontexte trendov spojených s vývojom spoločnosti 4. identifikuje problémy rozvoja kultúry a kreativity v území a navrhuje riešenia vychádzajúce zo súčasných trendov 5. spracuje samostatnú odbornú-výskumnú seminárnu prácu	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> Vymedzenie základných pojmov. Kultúra, kreativita a ekonomika. Kreatívna ekonomika. Úloha kultúry v národnej ekonomike. Kultúra a kreativita v regionálnom rozvoji. Financovanie kultúry. Riadenie kultúry. Plánovanie rozvoja kultúry. Marketing kultúry a budovanie značky územia. Kultúra a kreativita v kontexte udržateľného, inteligentného a odolného rozvoja miest a regiónov. UNESCO – kultúra a kreativita v regionálnom a miestnom rozvoji. Prípadové štúdie – kreativita v miestnom a regionálnom rozvoji. Prípadové štúdie – kultúra v miestnom a regionálnom rozvoji.	
<b>Odporúčaná literatúra:</b> 1. Vaňová, A. a kol. Kreativne odvetvia ako zdroj nehmotných aktív v kontexte inteligentného rozvoja a inovácií / Anna Vaňová ... [et al.] ; rec. Ľudmila Nagyová, Beáta Meričková. - 1. vyd. -	

- Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2016. - 141 s. [6,31 AH]. - ISBN 978-80-557-1173-7
2. Vaňová, A. Trendy v rozvoji miest. 1. vyd. - Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2021. - 202 s. [6,84 AH]. - ISBN 978-80-557-1884-2
3. Vaňová, A. Marketingové stratégie rozvoja územia. 1. vyd. - Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2020. - 136 s. [10,47 AH]. - ISBN 978-80-557-1783-8
4. Breton, Albert. (1982). Introduction to an economics of culture. In UNESCO, Cultural industries: A challenge for the future of culture (pp. 40-50). Paris: UNESCO.
5. Edgar Andrew, Sedgwick Peter, Cultural Theory: The Key Concepts. 2nd edition. NYC Routledge. 2007
6. Scott Allen, The Cultural Economy of Cities, Sage, 2001
7. Steinert Heinz, Culture Industry, Cambridge: Polity Press, 2003

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

**Poznámky - časová záťaž študenta**

120 hod. z toho:  
kombinované štúdium (P, S, K): 26  
samoštúdium: 70  
príprava projektu: 24

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 16

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
87.5	6.25	0.0	0.0	0.0	6.25	0.0

**Vyučujúci:** Ing. Katarína Sýkorová, PhD., prof. Ing. Anna Vaňová, PhD., doc. Ing. Katarína Vitálišová, PhD., doc. Ing. Kamila Borseková, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 28.10.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_KaKVvP	<b>Názov predmetu:</b> Kvalitatívny a kvantitatívny výskum v podniku
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1., 3.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> písomná skúška z kvalitatívnej časti - 10 bodov písomná skúška z kvantitatívnej časti - 20 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> súčet priebežných hodnotení, pričom nutnou podmienkou úspešného ukončenia predmetu je získanie aspoň 65% bodov z každej časti priebežného hodnotenia. V opravnom termíne študent znovu absolvuje písomnú skúšku z tej časti predmetu, z ktorej nedosiahol požadovaný minimálny počet bodov.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent 1. je schopný pripraviť konzultovať so zadávateľom a dospieť k zjednotenému chápaniu základných položiek zadania prieskumu, 2. použije doterajšie poznatky publikované v odbornej literatúre na sformovanie teoretických východísk svojho prieskumu, 3. zvolí v kontexte skúmaného problému vhodné metódy a pripraví si techniku zberu dát, 4. identifikuje v kontexte skúmaného problému základný súbor, posúdi reprezentatívnosť výberového súboru, validitu dotazníka a reliabilitu dotazníka, 5. aplikuje na dáta vhodné štatistické metódy a s ich pomocou extrahuje z dát informácie potrebné pre riešenie skúmaného problému, 6. vytvorí jednoduché modely umožňujúce prognózovať vývoj ekonomických veličín v čase.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> Dekomponovanie zadania prieskumu – konkretizácia problému, predmetu, účelu a cieľa vrátane objektu. Teoretická analýza problému – teoretické východiská/opora a využiteľný interpretačný koncept, formulácia hlavnej a čiastkových otázok (hlavnej a čiastkových hypotéz) ako východisko ďalšieho postupu. Rozpracovanie metodiky vrátane nástrojov a techník zberu a prípravy dát. Reprezentatívnosť výberového súboru. Vybrané metódy prezentácie dát. Analýza kontingenčných tabuliek. Vybrané neparametrické testy. Analýza časových radov.	
<b>Odporúčaná literatúra:</b>	

1. PUNCH, K. F. 2008. Úspěšný návrh výzkumu. I.vyd. Praha : Portál, 232 s. ISBN 978-80-7367-468-7.
2. REICHEL, J. 2009. Kapitoly metodologie sociálních výzkumu I.vyd. Praha : Grada, 192s. ISBN 978-80-247-3006-6.
3. ONDREJKOVIČ, P. 2007. Úvod do metodologie spoločenskovedného výskumu. Bratislava : VEDA, 248s. ISBN 978-80-224-0970-4.
4. GAVORA, P. 2007. Sprievodca metodológiou kvalitatívneho výskumu. Bratislava : Univ Komenského, 230 s. ISBN 978-80-223-2317-8.
5. SILVERMAN, D. 2005. Ako robiť kvalitatívny výskum. Bratislava : IKAR, 327s. ISBN 80-551-0904-4.
6. ŘEZANKOVÁ, H. 2011. Analýza dat z dotazníkových šetření. Praha : Professional Publishing, 223 s. ISBN 978-80-7431-062-1.
7. PECÁKOVÁ, I. 2011. Statistika v terénních průzkumech. 2. doplněné vydání. Praha : Professional Publishing , 236 s. ISBN 978-80-7431-039-3.
8. KRÁL, P. a iní. 2009. Viacrozmerné štatistické metódy so zameraním na riešenie problémov ekonomickej praxe. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 175 s. ISBN 978-80-8083-840-9.
9. JAMES, G. - HASTIE, T. - TIBSHIRANI, R. – WITTEN, D. 2013. An introduction to statistical learning with applications in R, New York : Springer, 425 s., ISBN 978-1-4614-7137-0.
10. HYNDMAN R. J - ATHANASOPOULOS G. 2013. Forecasting: principles and practice, <https://www.otexts.org/book/fpp>

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

**Poznámky - časová záťaž študenta**  
150 hodín, z toho:  
Kombinované štúdium (P, S, K): 12  
samoštúdium: 138

**Hodnotenie predmetov**  
Celkový počet hodnotených študentov: 31

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
25.81	9.68	9.68	29.03	19.35	6.45	0.0

**Vyučujúci:** doc. Ing. Alena Kaščáková, PhD., PhDr. Marian Kika, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 01.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_MISaMV	<b>Názov predmetu:</b> MIS a marketingový výskum
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1., 3.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> priebežný test: 0-30 bodov, zber údajov v teréne: 0-10 bodov. Spolu: 40 bodov. <b>b) záverečné hodnotenie:</b> Vypracovanie projektu marketingového výskumu: 0-60 bodov. Počet bodov získaný za priebežné a záverečné hodnotenie je 100. Zodpovedá klasifikačnej stupnici hodnotenia. Kredity sa pridelia študentovi, ktorý získal z predmetu za plnenie určených podmienok minimálne 65 bodov zo 100. V opravnom termíne študent opravuje tú súčasť skúšky (test alebo projekt), za ktorú získal menej bodov tak, aby bol konečný súčet bodov minimálne 65.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. pozná a využíva marketingové informačné systémy v podnikoch a nové trendy v tejto oblasti, 2. hodnotí dostupné údaje z hľadiska využiteľnosti a následne identifikuje informačné potreby v marketingu podniku, 3. dokáže získať, spracovať, vyhodnotiť a využiť informácie v procese marketingového rozhodovania a efektívne prezentovať výsledky, 4. vie vytvoriť plán marketingového výskumu pre riešenie problému a zvoliť vhodné výskumné prístupy, 5. aplikuje relevantné matematicko-štatistické metódy pri analýze údajov, 6. osvojí si exaktný a zároveň tvorivý prístup pri riešení problémov marketingovej praxe s dôrazom na tímovú prácu a etické princípy.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Význam, podstata a typy informácií. MIS ako súčasť podnikového informačného systému, jeho technologická podpora. Jednotlivé zložky MIS. 2. Teoretické vymedzenie marketingového výskumu, jeho oblasti a prínos pre manažérske rozhodovanie. Jednotlivé kroky marketingového výskumu a etické aspekty.	

3. Stanovenie výskumného problému, zdroje údajov, techniky zberu údajov (pozorovanie, opytovanie, experiment), kontaktné metódy. Primárne údaje získané kvalitatívnym výskumom. Primárne údaje získané kvantitatívnym výskumom – zásady tvorby dotazníka, techniky škálovania.
4. Techniky výberu vzorky, overovanie reprezentatívnosti výberu, realizácia výskumu v teréne, zber údajov, ich kódovanie a kontrola.
5. Analýza, spracovanie a interpretácia údajov. Princípy testovania štatistických hypotéz.
6. Prezentácia výsledkov výskumu, ich ďalšia distribúcia a využitie v procese rozhodovania.
7. Využitie moderných technológií v MIS, nové trendy a etika v zbere a analýze údajov (neuromarketing, eye-tracking, biometrické technológie, online nástroje).

#### **Odporúčaná literatúra:**

1. TÁBORECKÁ-PETROVIČOVÁ, J. 2020. Marketingový výskum. Banská Bystrica: Belianum, Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2020, ISBN 978-80-557-1814-9
2. LACO, P. 2018. Hodnotenie podnikových internetových stránok. Banská Bystrica: Belianum, ISBN 978-80-557-1524-7
3. TAHAL, R. 2017. Marketingový výskum. Praha: Grada, 2017, 264 s. ISBN 9788027102068
4. CHRASTINA, J. 2019. Případová studie – metoda kvalitativní výzkumné strategie a designování výzkumu. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2019. 288 s. ISBN 9788024453736
4. FORET, M. 2012. Marketingový průzkum. Bizbooks, 2012. 120s. ISBN 9788026500384
5. HAGUE, P. 2003. Průzkum trhu. Brno: Computer Press, 2003, ISBN 80-7226-917-8
6. BASL, J. 2002. Podnikové informačné systémy. Praha: Grada Publishing, 2002
7. KEEGAB, S. 2009. Market Research in Practice. Good Decision-Making Through Understanding People, Cultures and Market. Kogan Page, 2009
8. BRACE, I. 2008. Questionnaire Design: How to Plan, Structure and Write Survey Material for Effective market research, Kogab Page, 2008.

#### **Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

#### **Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, K): 12 hod.

samoštúdium: 61 hod.

príprava záverečného projektu: 57 hod.

zber údajov v teréne: 20 hod.

#### **Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 13

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
38.46	7.69	23.08	7.69	7.69	7.69	7.69

**Vyučujúci:** doc. Ing. Janka Tábovecká, PhD., doc. Ing. Alena Kaščáková, PhD., Ing. Peter Laco, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 02.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_MVaHPnS	<b>Názov predmetu:</b> Makroekonomický vývoj a hospodárska politika na Slovensku (v spolupráci s NBS)
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 26s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 4	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> Písomný test - 100 bodov	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študenti získajú prehľad o aktuálnych otázkach makroekonomického vývoja na Slovensku a tiež o najdôležitejších témach, ktorým sa hospodárska politika venovala v poslednom období. Umožní im zasadiť rozhodnutia hospodárskej politiky do kontextu makroekonomického vývoja doma aj v zahraničí. Kurz sa venuje vplyvu finančnej krízy a z nej prameniavim novým výzvam v menovej a fiškálnej politike. Kurz je zabezpečovaný v spolupráci s analytickými predstaviteľmi inštitúcií ako NBS, RRZ a IFP (MFSR) pre vybrané témy.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Úvod, aktuálne makroekonomické trendy</li> <li>2. Dlhodobé trendy v ekonomike</li> <li>3. Skúsenosti s menovou integráciou a eurom.</li> <li>4. Kvantitatívne uvoľňovanie vs. inflácia</li> <li>5. Neštandardné menové opatrenia, rovnovážna sadzba</li> <li>6. Moderná fiškálna politika</li> <li>7. Výdavkové stropy, stratégia riadenia dlhu a rómska otázka</li> <li>8. Meranie konsolidácie vo verejných financiách.</li> <li>9. Analýza rozpočtu</li> <li>10. Dôchodková reforma, dlhodobá udržateľnosť</li> <li>11. Hodnota za peniaze</li> </ol>	
<b>Odporúčaná literatúra:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mankiw, Gregory N., Taylor, Mark P.: Macroeconomics</li> <li>2. Samuelson, Paul A., Nordhaus, William D.: Ekonómia, 18. vyd.</li> <li>3. Časopisecká literatúra a on-line zdroje podľa tém</li> </ol>	
<b>Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:</b> slovenský	
<b>Poznámky - časová záťaž študenta</b>	

120 hodín kombinované štúdium (P, S): 26 samoštúdium: 94						
<b>Hodnotenie predmetov</b> Celkový počet hodnotených študentov: 11						
A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
18.18	0.0	9.09	9.09	36.36	27.27	0.0
<b>Vyučujúci:</b> Ing. Žaneta Lacová, PhD., Ing. Anna Vallušová, PhD.						
<b>Dátum poslednej zmeny:</b> 07.06.2022						
<b>Schválil:</b> prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.						



## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_Makro2	<b>Názov predmetu:</b> Makroekonómia 2
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 52s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 2.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> Podmienkou ukončenia predmetu je absolvovanie kombinovanej skúšky – 2 písomné testy a ústna skúška. a) priebežné hodnotenie: Študent absolvuje počas semestra dva priebežné testy. Z písomnej časti skúšky môže študent získať maximálne 50 bodov. b) záverečné hodnotenie: Študent absolvuje ústnu časť skúšky v období na ukončenie študijných povinností. Na ústnu časť skúšky sa študent v riadnom termíne prihlasuje v prípade, ak z priebežného hodnotenia získal aspoň 25 bodov (z maximálneho počtu 50 bodov za obidva testy). Z ústnej skúšky môže študent získať maximálny počet 50 bodov. V prípade, ak študent z priebežného hodnotenia nezískal aspoň 25 bodov, absolvuje záverečný súhrnný test v opravnom termíne. Minimálna hranica úspešnosti, a teda podmienka ukončenia predmetu, je stanovená na 65 bodov z celkového maximálneho počtu 100 bodov (max. 50 bodov za testy + max. 50 bodov za ústnu skúšku). Študent má nárok len na 1 opravný termín (teda buď pri testovej alebo ústnej časti skúšky).	
<b>a) priebežné hodnotenie:</b> 150 hours combined study (L, S): 16 self-study: 119 information collection: 15	
<b>b) záverečné hodnotenie:</b> Podmienkou ukončenia predmetu je absolvovanie kombinovanej skúšky – 2 písomné testy a ústna skúška. Študent absolvuje ústnu časť skúšky v období na ukončenie študijných povinností. Na ústnu časť skúšky sa študent v riadnom termíne prihlasuje v prípade, ak z priebežného hodnotenia získal aspoň 25 bodov (z maximálneho počtu 50 bodov za obidva testy). Z ústnej skúšky môže študent získať maximálny počet 50 bodov. V prípade, ak študent z priebežného hodnotenia nezískal aspoň 25 bodov, absolvuje záverečný súhrnný test v opravnom termíne. Minimálna hranica úspešnosti, a teda podmienka ukončenia predmetu, je stanovená na 65 bodov z celkového maximálneho počtu 100 bodov (max. 50 bodov za testy + max. 50 bodov za ústnu skúšku). Študent má nárok len na 1 opravný termín (teda buď pri testovej alebo ústnej časti skúšky).	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. je schopný použiť vedomosti na vyhľadávanie, spracúvanie a triedenie informácií o makroekonomickom prostredí v podmienkach otvorenej ekonomiky, ako aj hospodárskych integračných celkov, 2. dokáže na základe získaných poznatkov analyzovať makroekonomické javy a súvislosti z pohľadu rôznych ekonomických prístupov, čím si na jednej strane rozvíja kritické myslenie, na druhej strane si prehĺbuje svoje chápanie zložitosti hospodárskych procesov	

v makroekonomickom prostredí, 3. je schopný aplikovať svoje vedomosti na to, aby v praxi identifikoval vplyv pôsobenia hlavných faktorov pochádzajúcich z makroekonomického prostredia na vybrané hospodárske subjekty s cieľom modelovať budúce situácie, čím sa lepšie pripraví na rozhodovanie v podmienkach rizika a neurčitosti, 4. vie posúdiť praktické uplatňovanie nástrojov hospodárskej politiky pri riešení dôležitých makroekonomických problémov, 5. dokáže zhodnotiť najdôležitejšie zákonitosti vývoja ekonomiky v súčasnom globalizovanom prostredí s ohľadom na ich dôsledky pre domácnosti a podniky.

### Stručná osnova predmetu:

Keynesovská ekonómia: cenové a mzdové strnulosti. Klasická analýza hospodárskych cyklov: makroekonómia vyčisťovania trhov. Rovnovážny produkt v uzavretej ekonomike. IS-LM model a jeho aplikácie. Mundellov-Flemingov model a jeho aplikácie. Fiškálna a menová politika v malej otvorenej ekonomike a koordinácia medzi nimi. Trh práce a nezamestnanosť. AD-AS model a jeho aplikácie. Inflácia, dezinflácia a Phillipsova krivka. Teórie a modely ekonomického rastu. Menový kurz a platobná bilancia, mechanizmus vyrovnávania vonkajšej ekonomickej nerovnováhy.

### Odporúčaná literatúra:

1. POVAŽANOVÁ, M., HRONEC, M., URAMOVÁ, M., KOLLÁR, J. 2018. Makroekonómia 2. Banská Bystrica : Belianum. Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici. Ekonomická fakulta, 2018. 198 s. ISBN 978-80-557-1419-6 2. POVAŽANOVÁ, M. a kol. 2016. Makroekonómia 2 (Cvičebnica). Banská Bystrica: Belianum. 2016. ISBN 9788055710761 3. HOLMAN, R. 2018. Makroekonómie. Stredne pokročilý kurz. 3. vyd. Praha : C. H. Beck, 2018. ISBN: 9788074005411. 4. HOLMAN, R. 2018. Makroekonómie. Sbíрка řešených otázek a příkladu. Praha : C. H. Beck, 2018. ISBN 9788074007231. 5. SOUKUP, J. POŠTA, V. NESET, P. PAVELKA, T. 2018. Makroekonómie Moderní přístup. Management Press, Praha 2018. ISBN 9788072615377 6. URAMOVÁ, M., PITEKOVÁ, J., PALA, J. 2010. Makroekonómia II., Banská Bystrica : EF UMB, 2010. 7. LISÝ, J. a kol. 2013. Makroekonomická rovnováha a nerovnováha. (Teoretické a praktické problémy). Bratislava: Wolters Kluwer, 2013. ISBN 9788080785888. 8. LISÝ, J. a kol., 2007. Ekonómia v novej ekonomike. Bratislava: Iura Edition, 714 s. ISBN 9788080781644 9. MUCHOVÁ, E. 2005. Makroekonómia otvorenej ekonomiky. Bratislava : Ekonómia, 2005. ISBN 8080780234. 10. PAULÍK, T., PELLEŠOVÁ, P. 2002. Makroekonómie. Karviná : OPF SÚ, 2002. ISBN 80- 7248-159 11. BLANCHARD, O., 2021. Macroeconomics, 8th Edition, London, Pearson, ISBN 9780135179062 12. KRUGMAN, P., WELLS, R., 2021. Macroeconomics, 2nd Edition, New York, Worth Publishers, ISBN 978-1319245269 13. MANKIWI, N., G. Macroeconomics. Tenth edition. Vydavateľstvo: Worth Publisher, Palgrave Macmillan. 2019. s. 612. 14. ROMER, D., 2019. Advanced Macroeconomics, 5th Edition, New York, Mcgraw-Hill/Irwin, ISBN13: 9781260185218 15. Vybrané časopisy: Ekonomický časopis, Politická ekonomie, Ekonomika a spoločnosť, Ekonomické rozhlady, Ekonomie a management a i.

### Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

### Poznámky - časová záťaž študenta

150 hodín kombinované štúdium (P, S, K): 16 samoštúdium: 119 zber informácií: 15

### Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 46

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
4.35	8.7	13.04	26.09	43.48	2.17	2.17

**Vyučujúci:** doc. Ing. Martin Hronec, PhD.

<b>Dátum poslednej zmeny:</b> 01.02.2022
<b>Schválil:</b> prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_MIFEU	<b>Názov predmetu:</b> Manažment implementácie fondov EÚ
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Seminár <b>Typ predmetu:</b> C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 26s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 4	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> Počet bodov získaný za priebežné a záverečné hodnotenie je 100. Zodpovedá klasifikačnej stupnici hodnotenia. Kredity sa pridelia študentovi, ktorý získal z predmetu za plnenie určených podmienok minimálne 65 zo 100 bodov. <b>a) priebežné hodnotenie:</b> Spracovanie 2 zadaní v stanovených termínoch počas semestra. Za každé zadanie je možné získať max. 50 bodov. <b>b) záverečné hodnotenie:</b> neuplatňuje sa	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Základným cieľom predmetu je doplniť vedomosti a zručnosti študentov nadobudnutých štúdiom súvisiacich študijných programov o problematiku politiky súdržnosti EÚ s dôrazom na praktickú rovinu implementácie európskych štrukturálnych a investičných fondov prostredníctvom jednotlivých OP v podmienkach Slovenskej republiky v rámci programovacieho obdobia 2014 – 2020 ako aj prezentovať praktické odporúčania pre obdobie 2020+.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> Politika súdržnosti EU a jej rámec - úvod do problematiky ( definície, programovacie obdobia a stručná charakteristika základných pojmov), Programovacie obdobia 2014 – 2020 (východiskové dokumenty a základné tematické ciele SSR a Partnerská dohoda SR 2014 – 2020, OP a ich charakteristika, alokácie), Systém riadenia na strategickej úrovni a úrovni OP (štruktúra orgánov na úrovni NSRR SR a PD SR a na úrovni samotného OP, charakteristika a kompetencie orgánov CKO, RO, SORO, CO, PJ, OA, MV a NMV) a systém finančného riadenia (štruktúra orgánov finančného riadenia, financovanie zo ŠF a KF a EŠIF, systém finančných tokov na národnej úrovni, nezrovnalosti), implementácia OP - výzvy na predkladanie ZoNFP (písomné vyzvania pre národné projekty, príprava projektových zámerov, ITMS a ITMS2014+, podmienky oprávnenosti), Implementácia OP – žiadosti o nenávratný finančný príspevok (formulár ZoNFP, opis projektu, rozpočet projektu, prílohy ZoNFP, podávanie a príjem ZoNFP – dopytovo-orientované projekty, národné projekty), Implementácia OP - hodnotenie (hodnotiaci proces ZoNFP dopytovo-orientované projekty/národné projekty – vyhodnocovanie výziev, proces formálnej kontroly – KFS a PFK, odborné hodnotenie a výber ZoNFP, príprava Zmluvy o poskytnutí NFP),	

Implementácia OP – manažment projektov (charakteristika systému implementácie schválených projektov – základné úlohy a povinnosti prijímateľa pomoci a RO/SORO, projektové riadenia, finančné riadenie, monitorovanie), Proces a formy verejného obstarávania, kontrola a hodnotenie napĺňania MU, zmeny zmluvy o poskytnutí NFP, Ochrana finančných záujmov Európskych spoločností a protikorupčné opatrenia (základná charakteristika, úlohy OLAF a CKU OLAF / UV SR/ v oblasti ochrany finančných záujmov ES, nezrovnalosti, vracanie finančných prostriedkov – korekcie, vylúčenie subjektov z financovania), Plánovanie a realizácia informačných kampaní (tvorba plánu kampane, výber nástrojov a komunikačných kanálov, meranie efektívnosti a účelnosti kampane), Problematické oblasti implementácie na národnej úrovni a odporúčania pre obdobie 2020+, Exkurzia.

**Odporúčaná literatúra:**

Dokumenty SR a EU

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky - časová záťaž študenta**

120 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, K): 26

samoštúdium: 50

spracovanie zadaní: 20

zber informácií: 24

**Hodnotenie predmetov**

Nový predmet

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**Vyučujúci:** doc. Ing. Radoslav Kožiak, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 28.10.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_MI	<b>Názov predmetu:</b> Manažment inovácií
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 3., 5.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> Návrh inovačného zámeru/ biznis modelu: 0 – 50 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> Prezentácia vlastného inovačného projektu, projektová dokumentácia: 0-50 bodov. V opravnom termíne študent opravuje inovačný projekt a projektovú dokumentáciu, body priebežného hodnotenia sa započítavajú.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Po absolvovaní kurzu môže študent: 1. určiť zámer inovatívneho podniku, 2. vyvinúť obchodný model (BMI) pre inovačný projekt, 3. aplikujte princípy inovatívnych projektov založených na normatívnom alebo intuitívnom myslení, 4. použiť vybrané metódy a nástroje, inovačné metódy 5. posúdiť vhodnosť inovačných zámerov 6. prezentovať zainteresovaným stranám vlastný inovatívny BMI.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Podstata riadenia inovácií v podniku, definícia, diferenciacia a klasifikácia inovácií. 2. Analýza životného cyklu inovácie a úspešného produktu. 3. Kreatívne metódy v procese inovácie. 4. Business modely pre inovácie (BMI) 5. Inovatívna stratégia a prognóza inovačného podniku. 6. Prognostické metódy inovácia a predvídateľnosť. 7. Formy podpory inovatívneho rozvoja a inštitucionálnej podpory inovácií. 8. Vypracovanie návrhu projektu/BMI 9. Príprava projektovej dokumentácie/podnikateľského zámeru 10. Implementačný plán inovačného zámeru 11. Posúdenie a hodnotenie projektu, jeho dopad a obmedzenia.	
<b>Odporúčaná literatúra:</b>	

1. OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y. 2010. Tvorba business modelu. Praha: Albatros Media, 2012.
2. VEBER, J. a kol. 2016. Management inovací. Management Press, 2016. 288 s. ISBN 9788072614233.
3. DOLEŽAL, J. 2016. Projektový management. Praha: Grada, 2016.
4. HITTMÁR, Š. 2017. Riadenie inovačných procesov v podniku: teoretické a praktické otázky tvorby a uplatňovania inovačných procesov v podniku. Žilina: EDIS - Vydavateľstvo Žilinskej univerzity.
5. LESÁKOVÁ, Ľ. 2017. Inovácie v činnosti malých a stredných podnikov v Slovenskej republike. BB: UMB Belianum.
6. SVOBODOVÁ, I. 2017. Od nápadu k podnikateľskému plánu. Praha: Grada, 2017.
7. KROGERUS, M. 2018. Kniha rozhodnutí: 50 grafických modelu pro strategické rozhodování. Praha: Portál. 2018.
8. RIES, E. 2019. Startup jako princip podnikání: jak dosáhnout dlouhodobého růstu v moderní firmě. Praha: Management Press.
9. FORET, M. 2021. Marketingový výzkum v udržateľném marketingovom managementu. Praha: Grada Publishing

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

**Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:  
Kombinované štúdium (P, S, K): 12  
samoštúdium: 60  
príprava projektu: 63  
zber údajov: 15

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 20

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
20.0	15.0	20.0	25.0	15.0	5.0	0.0

**Vyučujúci:** Ing. Lenka Theodoulides, PhD., MBA

**Dátum poslednej zmeny:** 01.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_MR	<b>Názov predmetu:</b> Manažment rizika
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1., 3.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> - <b>b) záverečné hodnotenie:</b> písomný test (0 - 100 bodov) zo všetkých tematických celkov. Pre úspešné absolvovanie predmetu v riadnom termíne musí študent získať z písomného testu aspoň 65 bodov. V opravnom termíne študent absolvuje opravný písomný test (0 – 100 bodov) zo všetkých tematických celkov. Pre úspešné absolvovanie predmetu v opravnom termíne musí študent získať aspoň 65 bodov.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent 1. použije získané vedomosti pri hodnotení významu rizík v podniku, 2. je schopný analyzovať riziko v podniku (identifikovať a posúdiť význam faktorov rizika), 3. aplikuje kvantitatívne a kvalitatívne metódy merania rizika, 4. posúdi výsledky merania rizík a vyberie vhodné metódy rozhodovania sa v podmienkach neistoty alebo rizika, 5. vytvorí návrh opatrení orientovaných na predchádzanie vzniku rizík ako aj zmiernenie dôsledkov pôsobenia vzniknutých rizík, 6. navrhuje systém monitorovania efektívnosti opatrení prijatých na elimináciu rizík v podniku.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Obsah rizika a jeho miesto v podnikaní. Podstata rizika, model podnikateľského rizika a životný cyklus rizika. 2. Čisté a podnikateľské riziká. Systematické a nesystematické riziká v podnikaní. 3. História, ciele a nástroje manažmentu rizika. 4. Metódy identifikácie rizika. Metódy prioritizácie rizika. 5. Metódy merania rizika. 6. Manažérske rozhodovanie v podmienkach neistoty a rizika. 7. Metódy eliminácie rizík. Krízové riadenie podniku.	



**Odporúčaná literatúra:**

1. HUDÁKOVÁ, M. 2019. Manažment rizík malých a stredných podnikov. Žilina : EDIS, 2019. ISBN 9788055415185
2. MIKUŠOVÁ, M. 2015. Krizový management pro malé a střední podniky. Bratislava : Wolters Kluwer. 2015. ISBN 978-80-8168-106-6.
3. ČEJKOVÁ, V., MARTINOVIČOVÁ, D. 2014. Poistenie rizík malých a stredných podnikoch. Bratislava : Wolters Kluwer, 2014. ISBN 978-80-8078-672-4.
4. HNILICA, J., FOTR, J. 2014. Aplikovaná analýza rizika ve finančním managementu a investičním rozhodování. Bratislava : Grada, 2014. ISBN 9788024751047.
5. BUGANOVÁ, K., HUDÁKOVÁ, M. 2012. Manažment rizika v podniku. Žilina : EDIS, 2012. ISBN 9788055404592.
6. VARCHOLOVÁ, T., DUBOVICKÁ, L. 2008. Nový manažment rizika. Bratislava : Iura Edition, 2008, 193 s. ISBN 978-80-8078-191-0.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:

Kombinované štúdium (P, S, K): 12 hod.

Samoštúdium literatúry: 76 hod.

Riešenie zadaných príkladov a príprava na testy: 62 hod.

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 29

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
0.0	0.0	20.69	17.24	48.28	10.34	3.45

**Vyučujúci:** Ing. Ladislav Klement, PhD., doc. Ing. Miroslava Vinczeová, PhD.**Dátum poslednej zmeny:** 01.03.2022**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_MVsZ	<b>Názov predmetu:</b> Manažment vzťahov so zákazníkmi
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 2., 4.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> Riešenie prípadových štúdií, zadaní, účasť na výskumných úlohách: 0 – 10 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> príprava a spracovanie semestrálnej práce: 0-30 bodov písomná skúška: 0-60 bodov V opravnom termíne študent opakuje len písomnú skúšku. Body získané za semestrálnu prácu a iné priebežné povinnosti sa mu započítajú do celkového hodnotenia.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. použije získané vedomosti pri zabezpečovaní individuálneho prístupu k zákazníkovi, 2. je schopný využívať nástroje riadenia vzťahov so zákazníkmi, 3. aplikuje vhodné stratégie riadenia vzťahov so zákazníkmi, 4. posúdi hodnotu pre zákazníka a hodnotu zákazníka pre podnik, 5. hodnotí spokojnosť a lojalitu zákazníka, 6. vytvorí plán starostlivosti o zákazníka.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Spotrebiteľské správanie zákazníkov a faktory ovplyvňovania. 2. Psychológia a typológia spotrebiteľov. 3. Základné charakteristiky, prvky, informačná podpora, štruktúra a fázy budovania vzťahov so zákazníkmi, výber vhodnej stratégie. 4. Spokojnosť zákazníka a metódy jej merania, lojalita zákazníka, model spokojnosti zákazníka. 5. Hodnota zákazníka pre podnik a hodnota pre zákazníka. 6. Kľúčový zákazník, manažment kľúčových zákazníkov, podstata, príčiny zavádzania tejto koncepcie obsluhovania zákazníkov, prínosy a riziká. 7. Nástroje a úrovne manažmentu kľúčových zákazníkov.	
<b>Odporúčaná literatúra:</b> 1. KUBINA, M., LENDEL, V. 2019. Budovanie systému riadenia vzťahov so zákazníkmi v podniku. Žilina: Edis, 2019. ISBN 9788055414973.	

2. CHLEBOVSKÝ, V. 2017. Management zákaznických řešení: Jak efektivně tvořit a spravovat individualizované řešení zákaznických potřeb. Praha: Grada Publishing, 2017. 128 s. ISBN 978-80-271-0559-5.
3. CHLEBOVSKÝ, V. 2016. CRM – řízení vztahů se zákazníky. Brno : Computer Press. 196 s. ISBN 8025107981.
4. BLOUDEK, J. a kol. 2013. Rozumíte svým zákazníkům. Praha: Management Press, 2013. 211 s. ISBN 978-80-7261-248-1.
5. POLIAČIKOVÁ, E. 2012. Manažment kľúčových zákazníkov. 1. vydanie. Bratislava: Iura Edition, 2012. 101 s. ISBN 978-80-8078-451-5.
6. MUSOVÁ, Z., 2011. Riadenie vzťahov s klientmi v bankových inštitúciách. In: MUSOVÁ, Z., 2011. Bankový manažment a marketing (vybrané kapitoly). Banská Bystrica : UMB, EF v Banskej Bystrici, 2011. ISBN 978-80-557-0188-2.
7. LOŠŤÁKOVÁ, H. a kol. 2009. Diferencované řízení vztahu se zákazníky. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-3155-1.
8. BURNETT, K. 2002. Klíčoví zákazníci a péče o ně. Praha: Computer Press, 2002. ISBN 80-7226-655-1.
9. KUMAR, V., REINARTZ, W. 2018. Customer relationship management. Concept, Strategy, and Tools. Berlin: Springer Verlag, 2018. 411 s. ISBN 978-3-662-55380-0.
10. BREWER, E.C., HOLMES, T.L. 2021. Better Customer Service. Simple Rules You Can Apply Today. Taylor & Francis, Ltd., 2021. ISBN 978-0367757-335.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:

Kombinované štúdium (P, S, K): 12

samoštúdium: 60

semestrálna práca – príprava, prezentácia výsledkov: 63

zber informácií: 15

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 31

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
16.13	6.45	25.81	35.48	16.13	0.0	0.0

**Vyučujúci:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD., doc. Ing. Martina Minárová, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 02.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_MK	<b>Názov predmetu:</b> Manažérska komunikácia
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 3., 5.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> Priebežné hodnotenie v dennej forme štúdia a IŠP v režime denného štúdia: prezentácia na jednej vyučovacej hodine s využitím prípadových štúdií, simulovaných pracovných situácií z práce a komunikačných situácií manažéra 0 – 40 bodov. <b>b) záverečné hodnotenie:</b> ústna skúška: 0 – 60 bodov Počet bodov získaný za priebežné a záverečné hodnotenie je 100. Zodpovedá klasifikačnej stupnici hodnotenia. Kredity sa pridelia študentovi, ktorý získal z predmetu za plnenie určených podmienok minimálne 65 zo 100 bodov. V opravnom termíne študent opravuje len záverečné hodnotenie (písomnú skúšku). Body získané za priebežné hodnotenie sa mu pripočítajú v plnom rozsahu.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent 1. na základe získanej komunikačnej kompetencie dokáže kreovať pozitívne osobné a pracovné vzťahy, 2. aplikuje a rozvíja základné komunikačné schopnosti pri vedení a riadení pracovných tímov a riešení komunikačných problémov, 3. posúdi a využiva alternatívne metódy a techniky vhodné na vedenie pracovného stretnutia a prijatie rozhodnutí, 4. je schopný úspešne viesť rokovanie s domácim i zahraničným partnerom, 5. hodnotí odlišnosti národných kultúr a štýl komunikácie podľa komunikačnej situácie, 6. aktívne vstupuje do interakcie s inými, využiva techniky efektívneho počúvania a asertívneho prezentovania svojich názorov.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Manažér, požiadavky na jeho osobnosť a spôsobilosť. Tvorivosť v práci manažéra. Techniky práce úspešného manažéra. 2. Osobitosti organizácie práce manažéra v podnikateľskej sfére, časový manažment. Pracovný výkon a záťaž manažéra.	

3. Komunikácia v práci manažéra, verbálna (ústna a písomná) a neverbálna (mimika, gestikulácia, reč očí a i.), komunikačná udalosť, komunikačná a sociálna situácia.
4. Proces komunikácie, využitie spätnej väzby a aktívneho počúvania v komunikácii.
5. Manažérske metódy. Pracovný rozhovor, techniky. Porada, druhy porád, manažment prípravy a priebehu porady. Tlačová konferencia, prezentácia, diskusia.
6. Pracovná komunikácia. Efektívne komunikovanie.
7. Synchronná a asynchronná komunikácia.
8. Manažment obchodného rokovania.
9. Osobitosti interkultúrnej komunikácie v rokovaní so zahraničným partnerom.
10. Rétorika v práci manažéra.
11. Príprava a priebeh verejného vystúpenia.

#### **Odporúčaná literatúra:**

1. ADAMOVIČ, L., REJF, L., STIEBEROVÁ, B. 2016. Komunikace a jednání s lidmi v praxi. Praha : Česká technika.
3. BILINSKI, W. 2011. Velká kniha rétoriky. Jak s jistotou a přesvědčivě vystupovat při každé příležitosti. Praha : Grada.
4. COVEY, S. 2010. 7 návykov skutočne efektívnych ľudí. Bratislava : Eastone Books.
5. COVEY, S. 2015. 8. Návyk. Od efektivity k výjimečnosti. Bratislava : Management Press.
6. COVEY, S., MERILL, A., MERILL, R. 2014. Najdôležitejšie veci ako prvé. Ako zosúladiť pracovné povinnosti so životnými prioritami. Bratislava : Eastone Books.
7. DĚDINA, J., CEJTHAMR, V. 2005. Management a organizačné chování. Praha : Grada.
8. JIŘINCOVÁ, B. 2010. Efektivní komunikace pro manažery. Praha : Grada Publishing, a.s.
9. KABÁTEK, A., LOŠTÁKOVÁ, O. 2010. Obchodní a manažerská prezentace. Praha : Grada.
10. SEKOVÁ, M. a kol. 2013. Manažment II. Bratislava : Iura Edition.
11. SZARKOVÁ, M. 2018. Komunikácia v manažmente. Praha: Wolters Kluwer.
13. VETRÁKOVÁ, M., KLINCKOVÁ, J. 2013. Efektívna komunikácia – predpoklad úspešného manažéra. Banská Bystrica : UMB.
14. VETRÁKOVÁ, M., SEKOVÁ, M. 2004. Manažérska komunikácia. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB.
15. BEPPARI, S. 2017. The Fundamentals of Business Communication. www.vpinda.co.in.
16. TING-TOOMEY, S., GHUNG, L. C. 2012. Understanding intercultural Communication. Oxford : University Press.

#### **Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

#### **Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, K): 12

samoštúdium: 60

príprava prezentácie, simulovaných komunikačných situácií, scénok k téme: 47

nácvik komunikačných kompetencií a manažérskych metód: 31

#### **Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 31

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
12.9	29.03	38.71	16.13	3.23	0.0	0.0

**Vyučujúci:** doc. Mgr. Ing. Lukáš Smerek, PhD., Ing. Jozef Ďurian, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 01.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_MIS	<b>Názov predmetu:</b> Manažérske informačné systémy
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 26s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 4	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 3.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> Úspešné absolvovanie 2 praktických testov z oblasti MIS. <b>a) priebežné hodnotenie:</b> praktický test 1: 50 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> praktický test 2: 50 bodov	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Po úspešnom absolvovaní predmetu študent 1. je schopný posúdiť vhodnosť nasadenia určitého manažérskeho informačného systému v prostredí konkrétnej organizácie, 2. dokáže použiť vedomosti a zručnosti nadobudnuté na predmete na analýzu údajov z veľkých ekonomicky orientovaných databáz, 3. využitím nástrojov Business Intelligence a technológie Big data dokáže hodnotiť hospodárske výsledky organizácie a získané údaje ďalej správne použiť v procese rozhodovania, 4. je zdatný vytvárať business analýzy s využitím technológie OLAP a prezentovať dosiahnuté výsledky, 5. dokáže z analyzovaných údajov získavať netriviálne, skryté a potenciálne užitočné informácie, 6. vie posúdiť možnosti nových informačných technológií a vhodným spôsobom ich implementovať v praxi.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> Úvod do predmetu, terminológia. Transakčné a analytické IS, spoločné a rozdielne črty. Súvislosti medzi transakčnými IS (ERP), manažérskymi IS (MIS) a Business Intelligence (BI). Modely MIS. Multidimenzionálne databázy, tabuľky faktov, dimenzií a ich schémy. Údaje/informácie a manažérska práca s nimi na rôznych úrovniach riadenia. Údajové sklady a trhoviská, ich budovanie a význam pre podporu rozhodovania. Zdroje údajov/informácií pre MIS, Extract Transform Load (ETL) nástroje a výstupy z MIS. Technológie na báze online analytical processing (OLAP). Nové trendy v oblasti analýzy údajov – cloudové aplikácie, Big Data, in-memory technológie. Praktické finančne a ekonomicky zamerané úlohy s využitím programov MS Business Intelligence Development Studio, MS Sharepoint, MS Excel, ap.	

**Odporúčaná literatúra:**

1. LACKO, L.: Business Intelligence v SQL Serveru 2008, Brno: Computer Press, 2009. ISBN 978-80-251-2887-9.
2. LACKO, L.: Databáze: datové sklady, OLAP a dolovanieí dat. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-969-0.
3. NOVOTNÝ, O., POUR, J., SLÁNSKÝ, D.: Business Intelligence. Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-1094-3.
4. 9. PALMER, S., WEAVER, M.: Úloha informací v manažerském rozhodování. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-940-3.
5. LABERGE, R.: Datové sklady. Agilní metody a business intelligence. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3729-1.
6. WARREN, N.: Business Intelligence in MS SharePoint2010. Sebastopol, California: O'Reilly Media, Inc., 2011. ISBN 978-0-735-64340-6.
7. HUMPHRIES, M., HAWKINS, M., W.: Data warehousing, návrh a implementace. Praha: Computer Press, 2002. ISBN 80-7226-560-1.

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

**Poznámky - časová záťaž študenta**

120 hodín, z toho:  
kombinované štúdium (P, S, K): 8,  
samoštúdium: 76,  
samostatné riešenie domácich úloh: 36.

**Hodnotenie predmetov**

Nový predmet

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**Vyučujúci:** Ing. Jolana Gubalová, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 02.11.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.



## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_ManKv	<b>Názov predmetu:</b> Manažérstvo kvality
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 2., 4.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> vypracovanie dokumentácie systému manažérstva kvality podľa požiadaviek referenčnej normy ISO 9001: 0-40 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> Písomná skúška: 0 - 60 bodov Počet bodov získaný za priebežné a záverečné hodnotenie je 100. Zodpovedá klasifikačnej stupnici hodnotenia. Kredity sa pridelia študentovi, ktorý získal z predmetu za plnenie určených podmienok minimálne 65 zo 100 bodov. V opravnom termíne študent opravuje písomnú časť skúšky. Body získané za seminárnu prácu sa mu pripočítajú k písomnému testu.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent 1. je schopný racionálne riešiť problémy spojené s implementáciou, udržiavaním a zlepšovaním systémov manažérska kvality v zmysle požiadaviek noriem radu ISO 9000, 2. vytvorí dokumentáciu systému manažérstva kvality podľa požiadaviek normy ISO 9001, 3. aplikuje referenčnú normu pri budovaní systému manažérstva kvality, 4. použije nástroje zabezpečovania kvality na zabezpečenie efektívneho fungovania všetkých procesov v podniku, 5. posúdi pomocou auditov kvality zhodu systému manažérstva kvality s referenčnou normou ISO 9001.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Definovanie kvality a systému manažérstva kvality. 2. Klasifikácia manažérskych systémov a požiadavky vybraných manažérskych systémov ISO 45001, ISO 14001, ISO 31000. 3. Etapy budovania systému manažérstva kvality podľa ISO 9001. 4. Požiadavky normy ISO 9001. 5. Auditovanie systémov manažérstva kvality. 6. Certifikácia systémov manažérstva kvality. 7. Metódy a nástroje zabezpečovania kvality.	

8. Ekonomika kvality.  
9. Komplexné manažerstvo kvality a model EFQM.

**Odporúčaná literatúra:**

1. ZÁVADSKÝ, J. a kol. 2012. Manažment III. –Systémový prístup k manažmentu a auditu organizácie. Bratislava : IURA EDITION, 2012. 176 s. ISBN 978-80-807851-23.
2. MAKÝŠ, P., ŠLÚCH, M. 2019. Systém manažerstva kvality podľa ISO 9001:2015 a jeho auditu podľa ISO 19011:2018. Žilina : M KREO, 2019. 96 s. ISBN 978-80-971299-27.
3. HNÁTEK, J., HRUDKA, O. 2016. Komentované vydání ČSN EN ISO 9001:2016. Praha : Česká společnost pro jakost, 2016. 138 s. ISBN 978-80-020264-26.
4. NENADÁL, J. 2018. Manažment kvality pro 21. století. Praha : Management Press. 2018. 366 s. ISBN 978-80-726-1561-2.
5. Norma ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001, ISO 31000.

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

**Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:  
kombinované štúdium (P, S, K): 12 hod.  
samoštúdium: 60 hod.  
riešenie konkrétnych zadaní: 48 hod.  
príprava a prezentácia dokumentačného systému a jeho audit: 30 hod.

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 31

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
12.9	48.39	22.58	9.68	6.45	0.0	0.0

**Vyučujúci:** doc. Ing. Denisa Malá, PhD., doc. PhDr. Dana Benčíková, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 02.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_MarSl	<b>Názov predmetu:</b> Marketing služieb
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 2., 4.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> riešenie prípadových štúdií, účasť na výskumných úlohách: 0 - 10 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> vypracovanie semestrálnej práce, zameranej na aplikácie marketingového mixu v službách: 0 - 30 bodov, písomná skúška: 0 - 60 bodov V opravnom termíne študent opakuje len písomnú skúšku. Body získané za ďalšie povinnosti sa mu započítajú do celkového hodnotenia.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. rozumie podstate a významu služieb v ekonomike a je schopný definovať špecifiká marketingu v službách, 2. použije získané vedomosti v oblasti marketingu služieb pri riešení problému v prípadovej štúdií a komunikačné zručnosti pri jej prezentácii, 3. vytvorí návrhy alternatív využitia prvkov marketingového mixu v semestrálnej práci a posúdi ich vhodnosť s ohľadom na nové trendy v tejto oblasti, 4. dokáže merať úroveň kvality služieb, 5. hodnotí svoje poznatky a skúsenosti v porovnaní s reálnym využívaním v praxi podnikov, 6. preukáže schopnosť tímovo, kreatívne a systematicky pracovať na zadaných úlohách.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Teoretické vymedzenie služieb, ich význam v súčasnej ekonomike. Základné charakteristiky služieb a ich špecifiká. 2. Ekonomická podstata služieb. Odlišnosti marketingu výrobkov a služieb. 3. Klasifikácia služieb. Faktory, ovplyvňujúce produkciu a predaj služieb. 4. Kúpne rozhodovanie v službách. 5. Kvalita služieb a spokojnosť zákazníka, jej význam a meranie. 6. Osobitosti prvkov rozšíreného marketingového mixu v službách – produkt, cena, distribúcia, komunikácia, ľudia, prostredie, procesy. 7. Osobitosti neziskového marketingu ako špecifickej oblasti marketingu služieb.	

8. Nové trendy v marketingu služieb.

**Odporúčaná literatúra:**

1. ORESKÝ, M. a kol. 2016. Aplikovaný marketing. Bratislava: Wolters Kluwer, 2016. ISBN 978-80-8168-382-4.
2. MUSOVÁ, Z. 2019. Marketing finančných služieb. CD. Banská Bystrica: Belianum, Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2019. 108 s. ISBN 978-80-557-1669-5.
3. ŠTARCHOŇ, P. 2018. Bankový marketing. Wolters Kluwer, 2018. 120 s. ISBN 978-80-7552-948-0.
4. JADERNÁ, E., VOLFOVÁ, H. 2021. Moderní retail marketing. Praha: Grada Publishing, 2021. ISBN 978-80-271-1384-2
5. JESENSKÝ, D. a kol. 2017. Marketingová komunikace v místě prodeje. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 978-80-271-0252-5.
6. KARLÍČEK, M. a kol. 2016. Marketingová komunikace. Jak komunikovat na našem trhu. Praha: Grada Publishing: 2016. ISBN 978-80-247-5769-8.
7. VAŠTIKOVÁ M., 2014. Marketing služieb. Efektivně a moderně. Praha : Grada, 2014. 272s., ISBN 978-80-24750-37-8.
8. CIBÁKOVÁ, V., CIBÁK, Ľ., RÓZSA, Z. 2014. Marketing služieb. Trenčín: IAM, 2014. ISBN 978-80-89600-22-9.
9. ĎAĎO, J., PETROVIČOVÁ, J., KOSTKOVÁ, M., 2006. Marketing služieb. Bratislava: Epos, 2006. ISBN 80-8057-662-9.
10. MATEIDES, A., ĎAĎO, J., 2002. Služby. Bratislava: Epos, 2002. ISBN 80-8057-452-9.
11. RAHMAN, M. S., ZAMAN, M. H., HOSSAIN, M. A. 2018. Service marketing. Strategies for Small and Medium Enterprises. IGI Global, 2018. ISBN 9781522578918.
12. ZEITHAML, V. A. 2019. Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. McGraw-Hill Education – Europe. 2019. ISBN 9780078112102.
13. BREWER, E.C., Holmes, T.L. 2021. Better Customer Service. Simple Rules You Can Apply Today. Taylor & Francis, Ltd., 2021. ISBN 978-0367757-335.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:  
kombinované štúdium (P, S, K): 12 hod.,  
samoštúdium: 60 hod.,  
príprava prípadovej štúdie: 48 hod.,  
semestrálna práca: 30 hod.

**Hodnotenie predmetov**

Nový predmet

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**Vyučujúci:** Ing. Filip Smutný, PhD., prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 02.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_MarKom	<b>Názov predmetu:</b> Marketingová komunikácia
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 2., 4.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> - <b>b) záverečné hodnotenie:</b> seminárna práca: 0 - 60 bodov záverečný písomný test: 0 - 40 bodov V opravnom termíne študent opravuje tú súčasť skúšky (test alebo seminárnu prácu), za ktorú získal menej bodov tak, aby bol konečný súčet bodov minimálne 65.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. rozumie princípom integrovanej marketingovej komunikácie a pozná jej jednotlivé nástroje 2. je schopný navrhnúť vhodnú formu a vybrať relevantné prostriedky marketingovej komunikácie podľa charakteru cieľového trhu, druhu produktu, fázy jeho životného cyklu a v závislosti od cieľov a zdrojov podniku 3. dokáže vytvoriť plán marketingovej komunikácie 4. vie zhodnotiť účinnosť a efektívnosť navrhutej marketingovej komunikácie 5. pozná nové trendy a aplikuje nové poznatky o súčasných formách a médiách v oblasti marketingovej komunikácie 6. preukáže schopnosť systematicky a tímovo pracovať a tvorivo pristupovať k riešeniu problémov.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Integrovaná marketingová komunikácia a jej jednotlivé zložky a formy. Proces marketingovej komunikácie a zložky komunikačného procesu pri oslovení zákazníka. 2. Marketingová komunikácia prostredníctvom reklamy. Modely reklamného pôsobenia, reklamný plán, spolupráca s reklamnými agentúrami, online reklama. 3. Publicita a vzťahy s verejnosťou (Public Relations - PR), podniková identita. Cieľové skupiny, prostriedky a plán PR, krízová komunikácia. 4. Osobný predaj, výstavy a veľtrhy. Nástroje podpory predaja v obchodnej a zákazníckej oblasti. In-store marketingová komunikácia, POP, POS. 5. Priamy marketing a využitie elektronických médií. Právna úprava reklamy, etika v reklame. 6. Kvalitatívny a kvantitatívny výskum v marketingovej komunikácii.	

7. Špecifiká marketingovej komunikácie na B2B trhu. Tvorba online marketingovej stratégie s dôrazom na marketingovú komunikáciu.
8. Nové formy: umiestňovanie produktu (product placement), guerillová komunikačná stratégia, virálny a mobilný marketing, buzzmarketing, ambush marketing, influencer marketing.
9. Online komunikácia, charakteristika a funkcie, webové stránky, online sociálne médiá.

#### **Odporúčaná literatúra:**

1. PŘIKRYLOVÁ, J. 2019. Moderní marketingová komunikace. Praha: Grada, 2019. 344s. ISBN 9788027107872
  2. KARLÍČEK, M. 2016. Marketingová komunikace: Jak komunikovat na našem trhu, Praha: Grada, 2016. 224 s. ISBN 978-80-271-9064-5
  3. PERFORMICS a kol. 2021. Uspejte online. Lion Communications Slovakia, 2021. 291s. ISBN 9788097369408
  4. BAČUVČÍK, R. 2015. Teorie a praxe v marketingové komunikaci. Verbum: 2015., 190 s. ISBN 9788087500682
  5. JESENSKÝ, D. 2020. Marketingová komunikace v místě prodeje. Praha: Grada, 2020. 512 s. ISBN 9788027117246
  6. FORET, M. 2011. Marketingová komunikace. CPPRESS: 2011. 488 s. ISBN 9788025134320
  7. PELSMACKER, P., G., BERGH, M., V. 2003. Marketingová komunikace. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0254-1
- Doplňkové zdroje:
8. BUDINSKÝ, M. TÁBORECKÁ-PETROVIČOVÁ, J. 2019. Influence of product placement on consumer purchase intention and purchase decision. In Ekonomika a spoločnosť. Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2019. - ISSN 1335-7069. - Roč. 20, č. 1 (2019), s. 49-60.
  9. BUDINSKÝ, M. - TÁBORECKÁ-PETROVIČOVÁ. 2020. The effect of product placement on consumer behaviour In The 2020 IAI Book of proceedings : Education and social sciences conference, Business and economics conference, Barcelona, Spain, 10 February 2020. - 1. vyd. - Skopje : International Academic Institute, 2020. - ISBN 978-608-4881-07-0. - S. 5-20.

#### **Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

#### **Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:  
 kombinované štúdium (P, S, K): 12 hod.,  
 samoštúdium: 60 hod.,  
 príprava projektu: 58 hod.,  
 zber informácií: 20 hod.

#### **Hodnotenie predmetov**

Nový predmet

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**Vyučujúci:** doc. Ing. Janka Táborecká, PhD., doc. Ing. Katarína Vitálišová, PhD., Ing. Filip Smutný, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 03.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_MFM-e	<b>Názov predmetu:</b> Medzinárodný finančný manažment
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 3., 5.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> - seminárna práca: 20 % - záverečný test: 80 % <b>a) priebežné hodnotenie:</b> seminárna práca 20% <b>b) záverečné hodnotenie:</b> záverečný test: 80 %	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent 1. použije finančné modely a analytické techniky pri realizácii medzinárodných transakcií, 2. je schopný myslieť globálne a pochopiť determinanty a dôsledky medzinárodných finančných transakcií, 3. aplikuje ekonomické a trhové ukazovatele pri rozhodovaní v rámci organizácie, a je schopný aplikovať získané vedomosti a zručnosti, 4. posúdi a diskutuje o ekonomickej a finančnej situácii nadnárodnej spoločnosti, 5. hodnotí rozhodnutia prijaté podľa ekonomických subjektov a ich interakcie na trhoch, 6. vytvorí vyvážený úsudok týkajúci sa rozhodujúcich skutočností z oblasti medzinárodných finančných trhov.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> Globalizácia a medzinárodne spoločnosti. Medzinárodné finančné okolie. Medzinárodné spoločnosti a ich medzinárodné aktivity. Získavanie finančných zdrojov a kapitálová štruktúra. Internacionalizácia nákladov kapitálu. Likvidita trhu a trhová segmentácia. Multinacionálne spoločnosti a proces sekuritizácie. Rozhodovanie o zahraničnom investovaní. Podniková stratégia a zahraničné investície. Politické riziko. Riadenie pracovného kapitálu. Kroky v procese riadenia medzinárodného pracovného kapitálu. Multinacionálny cash manažment. Medzinárodné kapitálové rozpočtovanie. Transferové oceňovanie. Medzinárodné riadenie zásob a pohľadávok. Zdaňovanie medzinárodných spoločností. Daňové raje a offshore podnikanie. Hedging rizika MNC. Financovanie medzinárodného obchodu. Realizácia medzinárodného platobného styku.	
<b>Odporúčaná literatúra:</b>	

1. CHEOL, E., BRUCE, R., TUUGI, CH. 2021. International Financial Management. Mc Graw Hill. ISBN 9781260013870.
2. EUN, C., RESNICK, B. 2017. International Financial Management. 8th ed. New York: McGraw-Hill. 576 pp. ISBN 978-1259717789.
3. MADURA, J. 2011. International Financial Management. Cengage Learning. 736 p. ISBN 978-0538482967.
4. MUSA, H. A kolektív 2017. Medzinárodné financie. 1. vyd. Bratislava: Wolters Kluwer. 248 s. ISBN 978-80-8168-648-1.
5. DURČÁKOVÁ, J., MANDEL, M. 2016. Mezinárodní finance a devizový trh. Praha: Management Press. 496 s. 978-80-7261-287-1.
6. KOTLEBOVÁ, J., CHOVANCOVÁ, B. 2009. Medzinárodné finančné centrá. Bratislava: Edícia Ekonómia. 483 s. ISBN 978-80-8078-299-3.
7. POLEDNÁKOVÁ, A. 2003. Medzinárodný finančný manažment. Bratislava: Ekonóm. ISBN 80-225-1625-2.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský, anglický

**Poznámky - časová záťaž študenta**

Poznámky: časová záťaž študenta: 150 hodín, z toho:

Kombinované štúdium (P, S, K): 12 hodín

samoštúdium: 60 h.

príprava seminárnej práce: 40 h.

zber informácií: 28 h.

príprava na obhajobu písomnej práce: 10 h.

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 16

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
12.5	12.5	50.0	6.25	6.25	12.5	0.0

**Vyučujúci:** prof. Ing. Hussam Musa, PhD., Ing. Janka Grofčíková, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 08.02.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.



## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_MMaM	<b>Názov predmetu:</b> Medzinárodný manažment a marketing
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 52s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 6	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> - <b>b) záverečné hodnotenie:</b> a) esej: 0-30 bodov b) písomný test: 0-70 bodov Pri neúspechu na skúške v riadnom termíne bude študent opakovať test a/alebo dopracuje projekt/esej, aby dosiahol potrebný počet bodov pre úspešné vykonanie skúšky.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. použije štandardný algoritmus tvorby stratégie vstupu na zahraničný trh, 2. je schopný vykonať analýzu makrookolía a trhu pre tvorbu podnikovej stratégie, 3. aplikuje kritické myslenie a formuluje argumenty pri vlastných analýzach a hodnoteniach, 4. posúdi riziká, ktoré môžu ohroziť úspešnosť zvolenej stratégie a nutnosť modifikovať zložky marketingového mixu pri vstupe na zahraničný trh, 5. hodnotí atraktivnosť a rizikovosť trhovej príležitosti na zahraničnom trhu, 6. vytvorí návrh podnikovej stratégie pri vstupe na medzinárodný trh, 7. rozumie špecifikám globálneho trhu a jeho vplyvu na podnikanie nadnárodných spoločností, 8. kritickým myslením formuje argumenty aké sú prínosy ale aj negatíva jednotlivých dimenzií globalizácie 9. hodnotí špecifiká internacionalizačných procesov a aplikuje najvhodnejšiu formu pre konkrétnu organizáciu a trh,, 10.analyzuje prvky interkultúrneho manažmentu v praxi nadnárodných korporácií, 11.aktívne diskutuje a formuje si vlastný uhol pohľadu na globálne výzvy, navrhuje riešenia, ktoré vie zdôvodniť a podložiť teoretickými poznatkami, dátami, informáciami z dôveryhodných zdrojov.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Proces globalizácie, jeho vplyvy na fungovanie podniku z pohľadu manažérskeho rozhodovania a marketingu. 2. Faktory determinujúce rozvoj globalizácie na strane dopytu a na strane ponuky. 3. Proces internacionalizácie podniku a trhu.	

4. Segmentácia na medzinárodnom trhu.
5. Analýza makrookolía ako východisko pre výber cieľového trhu – krajiny.
6. Marketing na európskom trhu.
7. Špecifiká vplyvu kultúrneho okolia a zložiek kultúry na spotrebné správanie zákazníkov. Marketingové megatrendy.
8. Formovanie stratégií, implementácia a formy vstupu na globálny trh.
9. Adaptácia vs. štandardizácia marketingového mixu pri vstupe na medzinárodný trh.
10. Osobitosti marketingového výskumu na medzinárodnom trhu.
11. Medzinárodné hospodárske prostredie.
12. Vplyv regionálnej ekonomickej integrácie na správanie TNK.
13. Interkultúrny manažment, jeho prejavy v manažmentoch TNK.

#### **Odporúčaná literatúra:**

1. BERNDT, R., ALTOBELLI, C. F., SANDER, M. 2007. Medzinárodný marketingový management. Brno: Computer Press. 2007. ISBN 978-80-251-1641-8. 360 s.
  2. CZINKOTA, M., RONKAINEN, I., DONATH, B. 2004. Mastering Global Markets. Mason: Thomson, 2004. ISBN 0-538-72665-2. 365 s.
  3. FORET, M. 2021. Marketingový výskum v udržateľnom marketingovom managementu. Praha: Grada Publishing, 2021.
  4. KEEGAN, J. W. 2016. Global Marketing Management. N. York: Prentice Hall. 2016. ISBN 0-136-15739-4. 480 s.
  5. MARSHALL, T. 2018. Rozdelený svet. Bratislava: Premedia, 2018.
  - POLIAK, P. 2015. Interkultúrne rozdiely v manažmente organizácií. Banská Bystrica: UMB, Belianum.
  6. PROCHÁDZKOVÁ, K. 2018. Medzinárodný manažment a medzinárodné podnikanie: základy teórie a prípadové štúdie. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2018.
  7. STACHOVÁ, P. 2019. Medzinárodné ekonomické vzťahy v 21. storočí. Bratislava: Wolters Kluwer SR, 2019.
  8. UBREŽIOVÁ, I. 2018. Medzinárodný manažment a podnikanie. Nitra: SPU, 2018.
  9. VETRÁKOVÁ, M. 2016. Formovanie organizačnej kultúry v podnikoch pôsobiacich v interkultúrnom prostredí. Zborník vedeckých štúdií. Banská Bystrica: Vydavateľstvo UMB Belianum.
- Pozn. K uvedeným zdrojom je možné použiť aj novšie vydania.

#### **Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

#### **Poznámky - časová záťaž študenta**

180 hodín

kombinované štúdium (P, S, K): 16 hod.

samoštúdium: 104 hod.

príprava projektu: 30 hod.

zber informácií: 30 hod.

#### **Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 75

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
0.0	4.0	12.0	29.33	32.0	8.0	14.67

**Vyučujúci:** doc. Ing. Janka Táborecká, PhD., Ing. Lenka Theodoulides, PhD., MBA

**Dátum poslednej zmeny:** 03.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_PLog	<b>Názov predmetu:</b> Podniková logistika
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 52s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 6	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 3.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> vypracovanie a prezentácia projektu: 40 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> písomná skúška: 60 bodov V opravnom termíne študent opravuje písomnú časť skúšky. Body získané za seminárnu prácu sa mu pripočítajú k písomnému testu.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. je schopný racionálne riešiť problémy spojené s pohybom materiálu v malých a stredných podnikoch, 2. je schopný vytvoriť, posúdiť, hodnotiť a riadiť logistický systém pre malé a stredné podniky pomocou využitia získaných znalostí počnúc obstarávaním, cez výrobnú zložku až po distribúciu tovarov k zákazníkom, 3. dokáže získať, vyhodnotiť a využiť informácie z logistickej stratégie, logistického informačného systému a zabezpečovacích podsystemoch na zabezpečenie zlepšovania logistických procesov v malých a stredných podnikoch.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Úvod do logistiky. 2. Základná charakteristika a usporiadanie logistiky. 3. Nákupná, výrobná, distribučná logistika. 4. Zákaznícky servis. 5. Úlohy a ciele zásobovania, prvky a nástroje zásobovacej logistiky. 6. Výber dodávateľov vstupných surovín. 7. Príjem tovaru. 8. Skladová logistika, trendy v skladovej logistike. 9. Plánovanie a riadenie výroby, filozofia JUST IN TIME, 5S. 10. Distribúcia, vybavovanie objednávok, obalové hospodárstvo. 11. Udržateľná verzus zelená logistika. 12. Logistický informačný systém.	

13. Stratégia logistiky, logistické rozhodnutia, faktory úspešnosti logistiky.						
<b>Odporúčaná literatúra:</b>						
1. MALÁ, D. a kol. 2011. Vybrané kapitoly súčasnej logistiky. 1. vyd. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta v Banskej Bystrici, 2011. 136 s. ISBN 978-80-557-0202-5.						
2. DUPAL, A. 2019. Logistika. Bratislava : Sprint dva, 2019. 288 s. ISBN 978-80-897104-4.						
3. MALÁ, D., BENČIKOVÁ, D. 2017. Selected issues of contemporary logistics. Banská Bystrica: Belianum, 2017. 142 s. ISBN 978-80-557-1241-3.						
4. OUDOVÁ, A. 2016. Logistika. Computer Media, 2016. 104 s. ISBN 978-80-740223-88.						
<b>Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:</b>						
slovenský						
<b>Poznámky - časová záťaž študenta</b>						
180 hod.						
kombinované štúdium (P, S, K): 16 hod.						
samoštúdium: 100 hod.						
zber informácií: 28 hod.						
príprava a prezentácia projektu: 36 hod.						
<b>Hodnotenie predmetov</b>						
Celkový počet hodnotených študentov: 49						
A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
12.24	46.94	26.53	8.16	2.04	4.08	0.0
<b>Vyučujúci:</b> doc. Ing. Denisa Malá, PhD.						
<b>Dátum poslednej zmeny:</b> 02.03.2022						
<b>Schválil:</b> prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.						

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_PrM	<b>Názov predmetu:</b> Projektový manažment
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1., 3.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> vypracovanie projektu a jeho prezentácia, resp. vypracovanie prakticky orientovaných úloh: 0-20 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> Počet bodov získaný za priebežné a záverečné hodnotenie je 100. Zodpovedá klasifikačnej stupnici hodnotenia. Kredity sa pridelia študentovi, ktorý získal z predmetu za plnenie určených podmienok minimálne 65 zo 100 bodov. V opravnom termíne študent opravuje časť písomná skúška. Body získané za vypracovanie zadaných úloh sa mu pripočítajú do konečného hodnotenia. Písomná skúška: 0-80 bodov	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. je schopný definovať ciele projektu a vypracovať podrobný harmonogram projektu v podobe projektového plánu, 2. vytvorí hierarchickú štruktúru činností projektu, časový harmonogram projektu, zdroje projektu v aplikačnom programovom vybavení na podporu projektového manažmentu, 3. aplikuje zásady tímovej práce pri vytváraní a riadení projektových tímov, 4. použije vybrané metódy a nástroje projektového manažmentu pri optimalizácii projektových činností, 5. posúdi mieru rizík spojených s projektom a posúdi priebeh realizácie projektu formou kontroly projektu, 6. hodnotí uskutočniteľnosť projektu pred jeho realizáciou.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Úvod do projektového riadenia. 2. Základné pojmy a definície v projektovom riadení. 3. Štandardy v projektovom riadení. 4. Certifikácia projektových manažérov. 5. Klasifikácia projektov a životný cyklus projektu. 6. Cieľ projektu a jeho plánovanie.	

7. Implementácia projektu a organizácia projektových aktivít.
8. Kontrola a riadenie rizík v projekte.
9. Financovanie projektu.
10. Projektová dokumentácia.
11. Projektový manažér.
12. Projektový tím.
13. Úspech a neúspech projektu.

**Odporúčaná literatúra:**

1. SVOZILOVÁ, A. 2016. Projektový management. Praha : Grada Publishing, 2016. 424 s. ISBN 9788027100750.
2. DOLEŽAL, J. a kol. 2016. Projektový management. Praha : Grada Publishing, 2016. 424 s. ISBN 9788024756202.
3. DOLEŽAL, J., KRÁTKÝ, J. 2016. Projektový management v praxi. Praha : Grada Publishing, 2016. 176 s. ISBN 9788024756936.
4. WYSOCKI, R. 2019. Effective Project Management. Indianapolis: Wiley Publishing, 2019. 656 s. ISBN 9781119562801.

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

**Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:  
kombinované štúdium (P, S, K): 12  
samoštúdium: 60  
príprava projektu/úloh: 58  
zber informácií: 20

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 49

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
44.9	20.41	16.33	14.29	4.08	0.0	0.0

**Vyučujúci:** Ing. Mgr. Gabriela Nafoussi, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 03.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_PsZCR2	<b>Názov predmetu:</b> Prípadové štúdie z cestovného ruchu 2
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 26s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 4	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 3.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> a) priebežné hodnotenie: spracovanie a riešenie prípadovej štúdie a jej prezentácia (0-60 bodov), b) záverečné hodnotenie: písomný test (0-40 bodov). Počet bodov získaný za priebežné a záverečné hodnotenie je 100. Zodpovedá klasifikačnej stupnici hodnotenia. Kredity sa pridelia študentovi, ktorý získal z predmetu za plnenie určených podmienok minimálne 65 zo 100 bodov. <b>a) priebežné hodnotenie:</b> Spracovanie a riešenie prípadovej štúdie a jej prezentácia (0-60 bodov). <b>b) záverečné hodnotenie:</b> Písomný test (0-40 bodov).	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. použije osvojené vedomosti z odborných predmetov na hodnotenie stavu rozvoja cestovného ruchu vo vybraných cieľových miestach, 2. je schopný kriticky zhodnotiť manažment cieľových miest doma a v zahraničí, 3. analyzuje príklady z praxe (best practices) rozvoja cieľových miest a aplikuje ich na podmienky Slovenska, 4. vie riadiť manažérsku organizáciu v cieľovom mieste.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Vízia a plánovanie v cieľovom mieste 2. Manažérska organizácia a jej funkcia v cieľovom mieste 3. Význam a formy spolupráce v cieľovom mieste 4. Tvorba produktu v cieľovom mieste 5. Distribúcia produktu v cieľovom mieste 6. Marketingová komunikácia cieľového miesta 7. Elektronický marketing cieľového miesta 8. Informačný systém cieľového miesta 9. Manažment vzťahov so zákazníkom v cieľovom mieste 10. Konkurencieschopnosť cieľových miest 11. Zabezpečenie udržateľného rozvoja v cieľových miestach	



12. Trendy v rozvoji cieľových miest cestovného ruchu						
<b>Odporúčaná literatúra:</b>						
1. GÚČIK, M. a kol. Manažment cieľového miesta cestovného ruchu. Knižnica cestovného ruchu 21. Banská Bystrica : Slovak-Swiss Tourism, 2012.						
2. UNWTO. 2007. A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid : World Tourism Organization, 2007.						
3. UNWTO. 2008. Handbook of E-marketing for Tourism Destinations. Madrid : World Tourism Organization, 2008.						
4. HORNER, S., SWARBROOKE, J. 2004. International Cases in Tourism Management. Oxford : Elsevier. 2008.						
<b>Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:</b>						
Slovenský.						
<b>Poznámky - časová záťaž študenta</b>						
120 hodín:						
kombinované štúdium (P, S, K): 30						
samoštúdium: 38						
príprava prípadovej štúdie: 52						
<b>Hodnotenie predmetov</b>						
Nový predmet						
A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>Vyučujúci:</b> doc. Ing. Tomáš Gajdošík, PhD., Ing. Zuzana Gajdošíková, PhD.						
<b>Dátum poslednej zmeny:</b> 20.06.2022						
<b>Schválil:</b> prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.						

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_PSYCHTRH	<b>Názov predmetu:</b> Psychológia trhu
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 26s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 4	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> a) priebežné hodnotenie: Písomné spracovanie úloh, zadaných k jednotlivým témam - 60 bodov b) záverečné hodnotenie: Písomný test - 40 bodov alebo možnosť realizácie projektu pre prax – 100bodov, pozostávajúci z priebežne plnených úloh.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Predmet je zameraný na možnosť využitia psychologických poznatkov z oblasti prieskumu trhu a správania sa subjektov na trhu. Študenti sa zoznámia so základnými pojmami, históriou a predovšetkým sa naučia prepojiť znalosti ekonomicky a psychologicky orientovaných predmetov. Výučba je doplnená prípadovými štúdiami do ktorých sú študenti aktívne zapájaní.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Úvod do problematiky a interdisciplinárne východiská 2. Vymedzenie základnej terminológie 3. Psychografia a členenie zákazníkov 4. Heuristika v rozhodovaní 5. Multidimenzionálny postoj k analýze správania spotrebiteľa 6. Psychologické paradigmy (psychoanalytické, vývinové a behaviorálne) a ich vplyv na správanie sa spotrebiteľov na trhu 7. Kognitívna disonancia a jej ovplyvňovanie protrhového správania 8. Reziliencia a self management 9. Prípadové štúdie z oblasti psychológie trhu zamerané na overovanie schopností participácie, efektívnosti tímovej práce a rozvíjanie kritickej sebareflexie.	
<b>Odporúčaná literatúra:</b> 1. BAČOVÁ, V. 2010. Rozhodovanie a usudzovanie I. Pohľady psychológie a ekonómie Bratislava: Ústav experimentálnej psychológie SAV. ISBN. 978-80-244-5033-9 2. BAČOVÁ, V. STRÍŽENEC, M. 2013. Psychológia finančného rozhodovania: Racionalita, analýza a intuícia. In R. Hanák a kol. (Eds.). Rozhodovanie a usudzovanie IV. (s. 131-158). Bratislava: Ústav experimentálnej psychológie SAV.	

3. HANÁK, R. a kol. (eds.). 2013. Rozhodovanie a usudzovanie IV. Bratislava: Ústav experimentálnej psychológie SAV. ISBN 978-80-88910-46-6
4. KAHNEMAN, D. 2012. Myšlení rychlé a pomalé. Brno: Jan Mevil Publishing
5. KOMÁRIK E. (Ed.) 2009. : Reziliencia. Bratislava UK, 2009. ISBN 978-80-223-2729-9
6. LIESKOVSKÁ, V.; GAZDA, V. RIMARČÍK, M. 2005. Spotrebiteľské správanie na trhu bezhotovostného platobného styku. Bratislava: EKONOM.
7. RIEGEL, K. 2007. Ekonomická psychologie. Praha: Grada. ISBN: 8024711850
8. RUISEL, I. 2004. Inteligencia a myslenie. Bratislava: IKAR ISBN: 8055107661
9. STRIŽENEC, M. 2013. Úloha kritického a strategického myslenia pri rozhodovaní. Československá psychológie, ISBN: 978-80-88910-52-7

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

**Poznámky - časová záťaž študenta**

120 hodín  
kombinované štúdium (P, S, K): 26  
samoštúdium: 50  
príprava projektu: 34  
prezentácia projektu: 10

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 60

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
45.0	38.33	10.0	3.33	0.0	3.33	0.0

**Vyučujúci:** PhDr. Andrea Seberíni, PhD., Ing. Anna Vallušová, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 07.06.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_RHZ	<b>Názov predmetu:</b> Riadenie hodnoty značky
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 3., 5.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> - <b>b) záverečné hodnotenie:</b> záverečný test: 0-50 bodov semestrálny projekt: 0-50 bodov Pri neúspechu na skúške v riadnom termíne bude študent opakovať test a/alebo dopracuje projekt/esej, aby dosiahol potrebný počet bodov pre úspešné vykonanie skúšky.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: 1. použije modely a metódy tvorby hodnoty značky pre konkrétny podnik, 2. je schopný navrhnuť pre podnik program budovania hodnoty značky, ako súčasti podnikových nehmotných aktív, 3. aplikuje postupy, ktoré dokážu posilniť vnímanie značky spotrebiteľmi, 4. posúdi vhodnosť stratégie (rozšírenie, repositioning, revitalizácia) tvorby značky, 5. zhodnotí mieru a spôsob vnímania značky a jej prvkov spotrebiteľmi, 6. vytvorí pre podnik metodiku identifikácie vnímania značky.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Právne a marketingové vymedzenie pojmu značka. 2. Historický pohľad na značku na Slovensku a vo svete. 3. Zásady tvorby značky. Značka ako súčasť marketingovej komunikácie. 4. Značka ako hodnototvorný faktor podniku. 5. Identita a imidž značky. 6. Hodnota značky a proces riadenia hodnoty značky. Osobnosť značky. 7. Strategická analýza značky. Stratégie značky a jej životný cyklus, rozširovanie a revitalizácia značky. Meranie hodnoty značky, metódy merania. 8. Plán budovania značky.	
<b>Odporúčaná literatúra:</b> 1. KELLER, K. L. 2007: Strategické řízení značky. Praha: Grada, 2007, ISBN	

978-80-247-1481-3 2. AAKER, D. A. 2003. Brand Building - budování značky. Brno: Computer Press. 2003. ISBN 80-7226-885-6. 4. AAKER, D. A. 2000. Managing Brand Equity. N. York: The Free Press. ISBN						
<b>Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:</b> slovenský						
<b>Poznámky - časová záťaž študenta</b> 150 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, K): 12 hod., samoštúdium: 70 hod., príprava projektu: 58 hod., zber informácií: 10 hod.						
<b>Hodnotenie predmetov</b> Nový predmet						
A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>Vyučujúci:</b> Ing. Filip Smutný, PhD.						
<b>Dátum poslednej zmeny:</b> 01.03.2022						
<b>Schválil:</b> prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.						

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_SPSYVYCV	<b>Názov predmetu:</b> Sociálno-psychologický výcvik
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 26s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 4	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 2.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> Záverečný test – 100 bodov (minimálne musí študent dosiahnuť 65 bodov).	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent: <ul style="list-style-type: none"><li>- Zvýši svoju informovanosť o význame sociálnej inteligencie a sociálno – psychologických zručnostiach</li><li>- Zoznámia sa s podstatou a spôsobmi získavania vybraných sociálno – psychologických zručností</li><li>- Zlepší svoje sebazpoznanie a bude schopný formulovať svoje silné a slabé stránky a bude schopný plánovať svoj ďalší osobnostný rozvoj</li><li>- Nadobudne základné skúsenosti s empatiou, sociálnou percepciou, riešením konfliktov, organizovaním spolupráce, prácou v tíme</li><li>- Okrem základných komunikačných zručností získa skúsenosť s ďalšími mäkkými sociálnymi zručnosťami a ich praktickým využitím</li></ul>	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> Človek v sociálnom priestore. Sebazpoznanie. Sociálna percepcia. Sociálne interakcie v skupine. Spolupráca. Práca v tíme. Sociálna komunikácia. Základné a nastavbové komunikačné zručnosti. Asertívne správanie. Konflikty a ich riešenie. Psychohygiena a zvládanie záťažových situácií v zamestnaní a v živote.	
<b>Odporúčaná literatúra:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. GRUBER, D.. 2005. Zlatá kniha komunikace. 1. vyd. Ostrava : Repronis Ostrava, 2005. 249 s. ISBN 80-7329-092-8.</li><li>2. HERMOCHOVÁ, S.: 2004. Hry pro dospělé. Praha. Grada, 2004, 629 s. ISBN 8024708175.</li><li>3. HONZÁK, R. – NOVOTNÁ, V. 2006. Jak se asertivně prosadit. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, a.s., 2006. 179 s. ISBN 80-247-1226-1.</li><li>4. JAROŠOVÁ, E. VACULÍK, M. a SMUTNÝ, P. 2013 . Psychologie efektivního leadershipu. Praha: Grada, 2013. 152 s. Psyché. ISBN 978-80-247-4646</li><li>5. KRATOCHVÍL, S. 2007 Příběhy terapeutických skupin. Praha: Triton. 2007</li><li>6. KOMÁRKOVÁ, R., SLAMĚNÍK, I., VÝROST, J. 2001. Aplikovaná sociální psychologie III. Sociálně psychologický výcvik. Praha: Grada. 2001</li></ol>	

7. KOLAŘIK, M..2013 Interakční psychologický výcvik. Brno: Grada Publishing. 2013  
 8. KŘIŽ P. 2005. Kdo jsem, jaký jsem. Kladno: AISIS. 2005  
 9. ORAVCOVÁ, J. 2002. Sociálna psychológia. Banská Bystrica FHV UMB. 2002 ISBN 80-8055-980-5  
 10. ŘEZÁČ, J. Sociální psychologie. Brno: Paido. 1998. 268 s. ISBN 80-85931-48-6

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky - časová záťaž študenta**

120 hodín

kombinované štúdium (P, S, K): 8 hodín

samoštúdium: 80 hodín

príprava vlastných aktivít: 32 hodín

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 43

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
55.81	25.58	6.98	4.65	2.33	4.65	0.0

**Vyučujúci:** PhDr. Andrea Seberíni, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 28.10.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_SZP	<b>Názov predmetu:</b> Spoločensky zodpovedné podnikanie
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 52s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 6	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> riešenie prípadových štúdií, zadaní, účasť na výskumných úlohách: 0-10 bodov <b>b) záverečné hodnotenie:</b> príprava a spracovanie seminárnej práce: 0-30 bodov, písomná skúška: 0-60 bodov V opravnom termíne študent opakuje len písomnú skúšku. Body získané za ďalšie povinnosti sa mu započítajú do celkového hodnotenia.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent 1. na základe získaných poznatkov dokáže vyhľadávať, spracúvať a analyzovať informácie o zodpovednom a etickom správaní podnikov z rôznych zdrojov, 2. je schopný plánovať, realizovať a vyhodnocovať konkrétne zodpovedné aktivity v ekonomickej, sociálnej a environmentálnej oblasti vo vzťahu ku všetkým zainteresovaným subjektom, 3. aplikuje princípy spoločensky zodpovedného podnikania a etiky v podnikovej praxi, 4. kriticky posúdi prínosy a riziká vyplývajúce zo zodpovedného a etického správania podnikov, 5. hodnotí rôzne podnikové aktivity z hľadiska zodpovednosti, etiky a morálky, 6. vytvorí plán implementácie etických nástrojov/spoločensky zodpovedných aktivít do praxe.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Spoločenská zodpovednosť v podnikaní. Prínosy a riziká. Stakeholderi/zainteresované subjekty. Vývoj SZP vo svete a na Slovensku. 2. Piliere SZP. Ekonomická oblasť SZP. 3. Environmentálna oblasť SZP. 4. Sociálna oblasť SZP (Interná, externá). 5. Identifikácia problémov v podnikaní s prepojením na jednotlivé oblasti SZP. 6. Implementácia koncepcie SZP do podnikovej praxe. 7. Komunikácia stratégie zodpovedného podnikania. Perspektívy zodpovedného podnikania (diverzity manažment, work-life balance, spoločensky zodpovedný marketing, cirkulárna ekonomika...).	



8. Základné východiská podnikateľskej etiky, jej predmet a funkcie. Úrovně prieniku etiky a ekonomiky.
9. Etika v manažérskom rozhodovaní. Etika a subjekt rozhodovania. Model morálneho rozvoja podniku. Morálne práva zamestnanca, zamestnávateľa.
10. Manažérska profesijná etika – etika riadenia ľudí. Emocionálna inteligencia manažéra. Podniková kultúra a typy podnikových kultúr.
11. Inštitucionalizácia etiky v podniku. Formy inštitucionalizácie etiky.
12. Charakteristika, tvorba a implementácia etických kódexov. Význam etických kódexov.
13. Vybrané etické problémy. Mobbing, Korupcia, Diskriminácia. Oznamovanie neetických skutkov – whistleblowing.

**Odporúčaná literatúra:**

1. MUSOVÁ, Z., 2020. Vnímanie zodpovedných marketingových aktivít spotrebiteľmi. Banská Bystrica: Belianum. Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2020. 136 s. ISBN 978-80-557-1678-7.
2. MUSOVÁ, Z. (Ed.) 2018. Vplyv inovatívnych marketingových koncepcií na správanie vybraných trhových subjektov na Slovensku II. Banská Bystrica: Belianum. Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2018. 280 s. ISBN 978-80-557-1452-3.
3. MUSOVÁ, Z., 2013. Spoločenská zodpovednosť v marketingovej praxi podnikov. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta v Banskej Bystrici, 2013. 228 s. ISBN 978-80-557-0516-3.
4. TETŘEVOVÁ, L. a kol. 2017. Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví. Praha: Grada Publishing, 2017. 224 s. ISBN 978-80-271-0285-3.
5. BAČUVČÍK, R., HARANTOVÁ, L. 2016. Sociální marketing. Zlín: VeRBuM, 2016. 256 s. ISBN 978-80-87500-80-4.
6. McELHANEY, K. 2011. Dobrý biznis. Bratislava : Eastone Books, 2011. ISBN 978-80-8109-193-3.
7. PAVLÍK, M., BĚLČÍK, M. 2010. Společenská odpovědnost organizace. Praha: Grada Publishing, 2010. 176 s. ISBN 978-80-247-3157-5.
8. WIESMETH, H. 2020. Implementing the Circular Economy for Sustainable Development. Elsevier, 2020. ISBN 978-0-12-821798-6.
9. ALTINBASAK-FARINA, I., BURNAZ, S. 2019. Ethics, Social Responsibility and Sustainability in Marketing. Springer, 2019. ISBN 978-981-13-7926-0.
10. OTTMAN, J. 2017. The New Rules of Green Marketing. Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding. London: Routledge, 2017. 272 s. ISBN 9781351278683.
11. BLOWFIELD, M, MURRAY, A. 2011. Corporate Responsibility. New York: Oxford University Press, 2011. ISBN 978-0-19-958107-8.
12. SANDEL, M. 2020. Jak trhy vytlačují morálku. Praha : Filosofia, 2020. 101 s. ISBN 978-80-700-764-39.
13. REMIŠOVÁ, A. 2017. Vademékum podnikateľskej etiky. Bratislava: Sprint dva, 2017. ISBN 978-80-897-103-24.
14. PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, A. 2016. Etika v podnikání a hodnoty trhu. Praha: Grada Publishing, 2016. 199 s. ISBN 978-80-247-554-8.
15. BOWLES, C. 2021. Etika budoucnosti. Praha : Academia, 2021. 248 s. ISBN 9788020031969.
16. MINÁROVÁ, M. 2014. Emocionálna inteligencia ako súčasť kompetentnosti manažéra. Banská Bystrica : Belianum. Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2014. 144 s. ISBN 978-80-557-0755-6.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský						
<b>Poznámky - časová záťaž študenta</b> 180 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, K): 16 hod., samoštúdium: 78 hod., príprava seminárnej práce: 60 hod., prezentácia výsledkov práce: 10 hod., zber informácií: 16 hod.						
<b>Hodnotenie predmetov</b> Celkový počet hodnotených študentov: 71						
A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
11.27	21.13	18.31	16.9	22.54	5.63	4.23
<b>Vyučujúci:</b> prof. Ing. Zdenka Musová, PhD., doc. Ing. Martina Minárová, PhD.						
<b>Dátum poslednej zmeny:</b> 02.03.2022						
<b>Schválil:</b> prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.						

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_SMan	<b>Názov predmetu:</b> Strategický manažment
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> Zadania, prípadové štúdie: 0 - 20 bodov, participácia na výskume (zber dát): 0-10 b <b>b) záverečné hodnotenie:</b> Záverečný test: 0-70 bodov Počet bodov získaný za priebežné a záverečné hodnotenie je 100. Kredity sa pridelia študentovi, ktorý získal z predmetu za plnenie určených podmienok minimálne 65 bodov zo 100. V prípade, že študent neuspje v riadnom termíne, absolvuje v opravnom termíne len záverečný test. Body získané za priebežné povinnosti sa mu pripočítajú do celkového hodnotenia.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent 1. chápe proces tvorby podnikovej stratégie, princípy implementácie a pozná spôsoby a typy strategickej kontroly, 2. ovláda metódy a techniky na vykonanie analýz externého a interného prostredia podniku, 3. dokáže formulovať strategické ciele a zvoliť vhodný prístup k výberu stratégie, 4. osvojí si strategické myslenie a schopnosť integrovať poznatky z viacerých funkčných oblastí podniku, 5. konfrontuje teoretické východiská so situáciami v praxi a na základe kritického hodnotenia navrhuje vlastné riešenia, 6. preukáže schopnosť tímovo pracovať a jasne prezentovať svoje stanovisko podporené silnými argumentmi.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Úvod do strategického manažmentu. Základné pojmy v strategickom manažmente. 2. Proces tvorby stratégie v podniku. Vízia, poslanie, strategické ciele - východiská pre tvorbu stratégie. 3. Strategická analýza okolia podniku. 4. Analýza vplyvu konkurenčných síl. Porterov model konkurenčného prostredia. 5. Strategická analýza vnútorného prostredia podniku. 6. Strategická syntéza. 7. Podstata konkurenčnej výhody. Klasifikácie stratégií.	

8. Inovácie ako zdroj konkurenčnej výhody.
9. Podnikateľské stratégie vo vybraných situáciách.
10. Riadenie a hodnotenie podnikového portfólia. Matica BCG.
11. Implementácia stratégie a strategická kontrola.
12. Implementácia stratégie - vodcovstvo, podniková kultúra, schopnosti strategického manažéra.
13. Riadenie strategických zmien.

**Odporúčaná literatúra:**

1. PAPULA, J., PAPULOVÁ, Z. , PAPULA, J. 2019. Strategický manažment. Aktuálny koncept pre rýchlo sa približujúcu budúcnosť. Bratislava : Wolters Kluwer, 2019. 320 s. ISBN 978-80-759-853-54.
2. TREBUŇA, P. 2019. Podnikové stratégie. Košice : Elfa, 2019. 170 s. ISBN 978-80-553-278-9.
3. HAVEL & PARTNERS. 2018. O stratégii. 10 najlepších príspevků z Harvard Business Review. Praha : Management Press, 2018. 288 s. ISBN 978-80-726-155-51.
4. PAPULA, J., PAPULOVÁ, E., PAPULA, J., PAPULOVÁ, Z. 2017. Podnikanie a manažment. Korene, podstata, súvislosti a trendy. Bratislava : Wolters Kluwer. 2017. 318 s. ISBN 978-80-755-257-96.
5. PILÁŘOVÁ, I. 2016. Leadership & management a development. Role, úlohy a kompetence managerů a lídrů. Praha : Grada. 2016. 168 s. ISBN 9788024757216.
6. MINÁROVÁ, M., MALÁ, D. 2011. Strategický manažment. Banská Bystrica : EF UMB. 2011. 166 s. ISBN 978-80-557-0245-2.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:

Kombinované štúdium (P, S, K): 16

samoštúdium: 77

príprava čiastkových zadaní: 24

príprava záverečného projektu: 23

zber údajov: 10

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 71

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
1.41	5.63	14.08	35.21	36.62	1.41	5.63

**Vyučujúci:** doc. Ing. Martina Minárová, PhD., prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 02.03.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_Smar	<b>Názov predmetu:</b> Strategický marketing
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 39s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 5	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 2.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> <b>a) priebežné hodnotenie:</b> skupinový projekt aplikovaný v praxi a jeho záverečná prezentácia (30 bodov), priebežná práca na čiastkových úlohách zadaných počas semestra (30 bodov) <b>b) záverečné hodnotenie:</b> záverečný test: 0-40 bodov Počet bodov získaný za priebežné a záverečné hodnotenie je 100. Zodpovedá klasifikačnej stupnici hodnotenia. Kredity sa pridelia študentovi, ktorý získal z predmetu za plnenie určených podmienok minimálne 65 bodov zo 100. V opravnom termíne študent opravuje tú súčasť skúšky (test alebo projekt), za ktorú získal menej bodov tak, aby bol konečný súčet bodov minimálne 65.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent 1. chápe proces tvorby marketingovej stratégie v kontexte podnikovej stratégie, 2. ovláda metódy, nástroje a techniky realizácie marketingových analýz externého a interného prostredia podniku, 3. na základe výsledkov analýz je schopný formulovať marketingové ciele a zvoliť vhodnú marketingovú stratégiu podniku, 4. pozná princípy implementácie a organizácie marketingových aktivít a rozlišuje spôsoby a typy marketingovej kontroly, kontrolingu a auditu, 5. dokáže vytvoriť marketingový plán podniku, 6. osvojí si strategické a trho-orientované myslenie a schopnosť prepájať a koordinovať funkciu marketingu s ďalšími funkčnými oblasťami podniku, 7. konfrontuje teoretické východiská so situáciami v praxi a na základe kritického hodnotenia navrhuje vlastné riešenia, 8. preukáže schopnosť tímovo pracovať a jasne prezentovať svoje stanovisko podporené silnými argumentmi.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Vymedzenie a význam strategického marketingu a jeho miesto v procese strategického plánovania, interfunkčná koordinácia marketingových aktivít.	

2. Trhovo-orientovaný podnik a jeho výkonnosť (behaviorálny a kultúrny prístup).
3. Proces tvorby a jednotlivé fázy marketingovej stratégie v podniku. Strategické procesy v marketingu: Tvorba hodnoty pre zákazníka a hodnotová analýza.
4. STP ako základ strategického marketingu, segmentačné stratégie, diferenciacia a USP (unique selling proposition).
5. Vývoj nového produktu, inovácie laterálneho marketingu, stratégie modrých oceánov.
6. Strategické riadenie značky, Značka kvality SK, etnocentrické marketingové stratégie.
7. Klasifikácie rôznych prístupov k tvorbe marketingovej stratégie (Ansoff, Kotler, Porter, Gilbert-Strebel, BCG, funkčný prístup).
8. Organizácia marketingových aktivít, vývoj pozície marketingu v podniku, kritériá organizácie marketingového oddelenia, zdroje konfliktov medzi marketingom a inými funkciami podniku.
9. Spätná väzba v marketingu: marketingová kontrola, marketingový kontroling, marketingový audit, ich podobnosti, rozdiely a spôsoby realizácie.
10. Nové trendy v strategickom marketingu, ich prínosy a limity: nástroje digitálnej marketingovej stratégie, aplikácia biometrických technológií a umelej inteligencie v marketingu podnikov.

#### **Odporúčaná literatúra:**

1. ĎAĎO, J. – TÁBORECKÁ-PETROVIČOVÁ, J. - NAGYOVÁ, Ľ. – ZAJKOVÁ, D. 2017. Etnocentricky zamerané marketingové stratégie 1. vyd. Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2017. - 245 s. - ISBN 978-80-557-1203-1.2.
  2. SABOLOVÁ, A. - KACERA, N. - NAGYOVÁ, P. 2021. Marketing v praxi. Levosphere, 2021. 190s. ISBN 97880973929013.
  3. KUMAR, N. 2008. Marketing jako strategie vedoucí k úspěchu, Praha: Management, 2008, ISBN 978-80-247-2439-34.
  4. PRAHALAT, C.K. – RAMASWAMY, V. 2005. Budoucnost konkurence. Spoluvytváření jedinečné hodnoty se zákazníkem. Management Press: Praha, 2005, ISBN 80-7261-126-75.
  5. KIM, W.CH. – MAUBORGNE, R. 2005. Strategie modrého oceánu. Praha: Management Press, 2005, ISBN 80-7261-128-36.
  6. KOTLER, P. - de BES, F. T. 2004. Inovativní marketing: Jak kreativním myšlením vítězit u zákazníků. Praha: Grada Publishing, 2004. 200 s. ISBN 802470921X.7.
  7. TÁBORECKÁ-PETROVIČOVÁ, J. 2011. Modely spotrebiteľského správania sociálnych tried pri tvorbe marketingovej stratégie, Bratislava: Iura Edition, 2011. ISBN 978-80-8078-398-3.8.
  8. ĎAĎO, J. – TÁBORECKÁ-PETROVIČOVÁ, J. 2013. Marketing Strategies. Banská Bystrica: Matej Bel University, 2013, ISBN 978-80-557-0555-2.9.
  9. KOLEKTÍV AUTOROV 2014. Online marketing: Současné trendy očima předních expertů. Computer Press: 2014. 216 s. ISBN 978802514155710.
  10. VLČEK, R. 2002. Hodnota pro zákazníka. Praha: Management Press, 2002. 443s. ISBN 80-7261-068-6
- Doplňkové zdroje na štúdium:
11. ŠÁLYOVÁ, S. - TÁBORECKÁ-PETROVIČOVÁ, J. - NEDELOVÁ, G. - ĎAĎO, J. 2015. Effect of marketing orientation on business performance: a study from Slovak foodstuff industry. In: Procedia economics and finance : 9th international scientific conference "Business economics and management 2015 BEM 2015, October 15-16, 2015, Zvolen, Slovakia. - Amsterdam : Elsevier, 2015. - ISSN 2212-5671. - Vol. 34 (2015), pp. 622-629.2.
  12. TÁBORECKÁ, J. - ĎAĎO, J. - BUDINSKÝ, M. 2021. Hidden Champions in Dynamically Changing Societies: The Case of Slovakia, In: Eds. Braček - Lalic, A. - Purg, D. 2021. Hidden champions in Dynamically Changing Societies: Critical Success Factors for Market Leadership. Switzerland: Springer. ISBN 978-3-030-65450-4, p. 407-429.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky - časová záťaž študenta**

150 hodín, z toho:

Kombinované štúdium: 16

samoštúdium: 74

príprava čiastkových zadaní: 27

príprava záverečného projektu: 23

zber údajov: 10

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 52

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
0.0	5.77	21.15	42.31	23.08	5.77	1.92

**Vyučujúci:** doc. Ing. Janka Tábovecká, PhD.**Dátum poslednej zmeny:** 03.03.2022**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
<b>Fakulta:</b> Ekonomická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> E_2_TH	<b>Názov predmetu:</b> Teória hier
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Prednáška <b>Typ predmetu:</b> C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) <b>Odporúčaný rozsah výučby v hodinách:</b> za obdobie štúdia 26s <b>Metóda štúdia:</b> kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 4	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 1., 3.	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> písomný test: 100 bodov	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Po úspešnom absolvovaní predmetu študent 1. dokáže použiť teoretické a praktické poznatky z Teórie hier pri riešení úloh ekonomickej praxe, 2. dokáže aplikovať aparát Teórie hier pri poznávaní základných vlastností ekonomických javov, 3. je schopný zvážiť adekvátnosť vybraných metód riešenia v rôznych rozhodovacích situáciách a následne situácie správne vyhodnotiť, 4. zvládne správne posúdiť a vyhodnotiť možnosti jednotlivých subjektov, ktoré vstupujú do rozhodovacieho procesu, 5. je spôsobilý rozhodnúť sa správne z hľadiska Teórie hier pri tvorbe koalícií, možnostiach spolupráce a jednaní o rozdelení zisku v rozhodovacích situáciách s možnosťou spolupráce jednotlivých subjektov	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Predmet teórie hier, klasifikácia rozhodovacích situácií, aplikácie. 2. Hry dvoch hráčov s konštantným súčtom – maticové hry. Riešenie v čistých stratégiách. Optimálne stratégie hráčov. Existencia riešenia v zmiešaných stratégiách. Dominujúce stratégie. Grafické riešenie. Riešenie pomocou lineárneho programovania. Hry proti prírode. 3. Hry dvoch hráčov s nekonštantným súčtom – bimaticové hry. Rozhodovanie podľa kooperatívneho a nekooperatívneho prístupu. Nekooperatívny prístup – rovnovážne body, Nashova veta, riešenie metódou swastika a pomocou vzorcov. Kooperatívny prístup – jadro hry, optimálne rozdelenie platieb. 4. Kooperatívne hry n hráčov. Charakteristická funkcia hry. Imputácia – rozdelenie platieb. Dominovanie imputácií. Shapleyho hodnota hry.	
<b>Odporúčaná literatúra:</b> 1. CHOBOT, M., TURNOVEC, F., ULAŠIN, V. 1991. Teória hier a rozhodovania, Bratislava, Alfa, 1991. ISBN 80-05-00702-7. 2. FELLNEROVÁ, P., ZIMKA, R. 2000. Lineárne programovanie v ekonómii. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2000. ISBN 978-80-8055-453-6.	



3. GOGA, M. 2013. Teória hier, Bratislava, Iura Edition 2013. ISBN 978-80-8078-613-7.
4. MAŇAS, M. 1974. Teorie her a optimálního rozhodování, SNTL, Praha, 1974. ISBN 2-895-161
5. MAŇAS, M. 1988. Teorie her a její ekonomické aplikace, SPN, Praha, 1983. ISBN 4-938-068
6. BINMORE, K. 1992. Fun and Games. A text on Game Theory. Toronto: D.C. Heath and Company, 1992. ISBN 0-669-24603-4.
7. RASMUSEN, E. 1989. Games and Information. An Introduction to Game Theory. Oxford: Basil Blackwell, 1989. ISBN: 0-631- 15709-3.
8. DLOUHÝ, M., FIALA, P. 2015. Teorie ekonomických a politických her, Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Oeconomica, 2015. ISBN 978-80-245-2124-4.

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

**Poznámky - časová záťaž študenta**  
120 hodín  
kombinované štúdium (P, S, K): 8  
samoštúdium: 68  
samostatné riešenie domácich úloh: 44

**Hodnotenie predmetov**  
Celkový počet hodnotených študentov: 5

A	B	C	D	E	FX(0)	FX(1)
20.0	0.0	0.0	20.0	20.0	40.0	0.0

**Vyučujúci:** RNDr. Mária Grausová, PhD., RNDr. Miroslav Hužvár, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 24.10.2022

**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.