

OBSAH

1. Akadémia podnikania BASIC.....	3
2. Akadémia podnikania EXPERT.....	6
3. Aplikovaná štatistika v systéme R.....	9
4. Brand Value Management (Riadenie hodnoty značky).....	11
5. Business Negotiations (Obchodné rokovania).....	13
6. Business on-line.....	15
7. Case Studies from Public Sector Management (Prípadové štúdie z manažmentu verejného sektora).....	17
8. Case Studies in Tourism 2 (Prípadové štúdie z cestovného ruchu 2).....	20
9. Cestovný ruch v Európskej únii.....	22
10. Communication Across Cultures (Komunikácia v interkultúrnom prostredí).....	24
11. Dane podnikateľských subjektov.....	26
12. Digital Currencies and Blockchain (Kryptomeny a blockchain).....	28
13. Digitálny marketing.....	31
14. Diplomová práca s obhajobou.....	34
15. Diplomový seminár.....	36
16. Ekonómia európskej integrácie.....	38
17. Field Trip 1 (Terénny výskum 1).....	40
18. Field Trip 2 (Terénny výskum 2).....	42
19. Finančno-ekonomická analýza podniku 2.....	44
20. Finančné riadenie podniku - prípadové štúdie.....	46
21. Finančný manažment.....	48
22. Firemné plánovanie v malých a stredných podnikoch.....	50
23. Informačné systémy.....	52
24. Investičné obchody.....	54
25. Investičné riadenie v malých a stredných podnikoch.....	56
26. Kontroling.....	58
27. Koučovanie.....	60
28. Kreativita a kultúra v regionálnom rozvoji.....	62
29. Kryptomeny a blockchain.....	64
30. Kvalitatívny a kvantitatívny výskum v podniku.....	67
31. MIS a marketingový výskum.....	69
32. Makroekonomický vývoj a hospodárska politika na Slovensku (v spolupráci s NBS).....	71
33. Makroekonómia 2.....	73
34. Management of Innovations (Manažment inovácií).....	76
35. Managerial Communication (Manažérska komunikácia).....	78
36. Manažment implementácie fondov EÚ.....	81
37. Manažment inovácií.....	83
38. Manažment rizika.....	85
39. Manažment vzťahov so zákazníkom.....	87
40. Manažérska komunikácia.....	89
41. Manažérske informačné systémy.....	92
42. Manažérske zručnosti pracovníkov vo verejnom sektore.....	94
43. Manažérstvo kvality.....	96
44. Marketing Communication in Digital Era (Marketingová komunikácia v digitálnej dobe).....	98
45. Marketing Information System and Marketing Research (MIS a marketingový výskum).....	101
46. Marketing služieb.....	103
47. Marketingová komunikácia.....	105

48. Medzinárodný finančný manažment.....	107
49. Medzinárodný manažment a marketing.....	109
50. Nástroje zabezpečovania kvality.....	112
51. Open Data and its Practical Application (Otvorené dáta a ich praktické využitie).....	114
52. Otvorené dáta a ich praktické využitie.....	116
53. Podniková logistika.....	118
54. Project Management (Projektový manažment).....	120
55. Projektový manažment.....	122
56. Prípadové štúdie z cestovného ruchu 2.....	124
57. Psychológia trhu.....	126
58. Quality Management (Manažérstvo kvality).....	128
59. Riadenie hodnoty značky.....	130
60. Sociálno-psychologický výcvik.....	132
61. Spoločensky zodpovedné podnikanie.....	134
62. Spracovanie ekonomických procesov v SAP.....	137
63. Strategický manažment.....	139
64. Strategický marketing.....	141
65. Terénny výskum.....	144
66. Teória hier.....	146
67. Theory of Consumer Behaviour (Teória spotrebiteľa).....	148
68. Tourism in European Union (Cestovný ruch v Európskej únii).....	150
69. Učiace sa regióny.....	152
70. Úvod do ekonomického systému SAP.....	154

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_APB_cupv	Názov predmetu: Akadémia podnikania BASIC
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Participácia na seminároch, vypracovanie zadaných (skupinových) úloh a záverečná prezentácia nápadu – dobrovoľná aktivita. Podmienkou absolvovania predmetu je vyplnenie a odovzdanie sebareflexie prezentovanej v úvodnom a záverečnom zmapovaní seba rozvoja zručností súvisiacich s podnikavosťou (prezenčnou formou na seminároch). Podmienkou sebareflexie je účasť minimálne na 3 odborných seminároch.	
Výsledky vzdelávania: Študent: 1. Rozvíja kreativitu a inovatívne myslenie na identifikovanie nových podnikateľských príležitostí 2. Pozná metódy a techniky konvergentného a divergentného myslenia, design thinking, učenie sa prostredníctvom kolaboratívneho spracovania problému, projektové učenie a učenie sa prostredníctvom výziev (challenge based learning) 3. Dokáže navrhnuť biznis model canvas pre jeho budúce podnikanie prípadne tím spolupracovníkov 4. Dokáže otestovať životaschopnosť modelu a navrhnuť prípadné zmeny 5. Ohodnotí jednotlivé zložky biznis modelu, porovnať s konkurenciou, predikovať budúcu hodnotu a prínosy/výnosy podnikania. 6. Efektívne spolupracuje s inovátormi a inými inšpiratívnymi úspešnými podnikateľmi 7. Dokáže aplikovať najnovšie IKT nástroje v práci tímu ako aj vo výslednom spracovaní tímového riešenia (Padlet, Jamboard, Miro, Looka, BioRender, ScreanPal, Genially, Pecha Kucha, Wordwall a iné aplikácie) 8. Preukáže schopnosť tímovo pracovať a jasne prezentovať svoje stanovisko podporené silnými argumentmi	
Stručná osnova predmetu: <ul style="list-style-type: none">• Úvod do predmetu, podmienky a náležitosti absolvovania,• Moderovaná diskusia s úspešnými zakladateľmi start-upov, Zdieľanie vlastnej podnikateľskej cesty, úspechy, pády, poučenia• Ikigai Predstavenie japonskej filozofie “zmyslu života” a vypracovanie vlastnej ikigai s cieľom lepšieho sebaopoznania ako predpríprava ku hľadaniu vhodného podnikateľského nápadu	

- Techniky hľadania podnikateľských nápadov (if matica, crazy 8, googlenie)
- Nájdenie a predstavenie 1 podnikateľského nápadu
- K.O. kritéria podnikateľských nápadov
- Biznis model canvas

Predstavenie nástroja ako efektívny spôsob a postup pre začínajúcich podnikateľov

- Predstavenie životaschopných a úspešných podnikateľských nápadov cez prípadové štúdie
- Analýza konkurencie cez prípadové štúdie

Matica konkurencie, správne googlenie kľúčových slov, odlišenie sa od konkurencie minimálne 2 predajnými argumentmi

- Definovanie cieľovej skupiny zákazníkov cez prípadové štúdie

Proces definovania cieľovej skupiny, postavenie kľúčových predajných argumentov na mieru cieľovej skupine

- Biznis kalkulačka

Cenotvorba a princíp výpočtu ceny produktu/služby cez prípadové štúdie, základné atribúty cenotvorby, náklady, dopyt, objem výroby, marketing, marža

- Demoslidy cez prípadové štúdie

Predstavenie úspešného modelu dizajnu demoslidu ako hlavného predajného nástroja

Vizuál a textácia demoslidu,

Digitálna tvorba prototypu, popis, parametre, úžitky, predajné argumenty

- Zákaznícky prieskum cez prípadové štúdie

Realizácia úspešného zákazníckeho prieskumu, správne kladenie otázok v prieskume, poučenia a následné zapracovanie do tvorby prototypu 2.0, verifikácia definovanie cieľovej skupiny

- Prezentačné zručnosti

Príprava na prezentáciu, vizuálna a obsahová stránka prezentácie, spracovanie powerpointu, základy verejného vystupovania, komunikácia s publikom, pohyb po pódiu,

- Právne minimum pre začínajúcich podnikateľov
- Úrad priemyselného vlastníctva, registrácia loga, značky, patenty
- Google nástroje v praxi ako jeden zo základných pracovných nástrojov
- Branding a budovanie značky
- Copywriting pomocou AI
- Financovanie podnikateľských nápadov a začínajúcich podnikateľov
- Aspekty tímovej práce

Odporúčaná literatúra:

HANESOVÁ, D., THEODOULIDES, L. 2022. Mastering transversal competencies in the higher education environment: through processes of critical thinking and reflection. Banská Bystrica: UMB, Belianum. <https://doi.org/10.24040/2022.9788055720159>

OSTERWALDER A., PIGNEUR, Y. 2012. Tvorba business modelov. Praha: Bizbooks, 2012, ISBN 9788026500254

THEODOULIDES, L. 2020. Rozvoj kritického myslenia koučovacím prístupom vo vysokoškolskom prostredí. Banská Bystrica: Belianum. e-kniha. <https://doi.org/10.24040/2020.9788055717920>

TIDD, J., BESSANT, J. 2010. Managing Innovation. Chichester: Wiley and SonsLtd., 2010, ISBN 798-0-470-99810-6

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hodín - z toho:

kombinované štúdium (P, S, K): 26

samoštúdium: 54			
príprava čiastkových výstupov: 25			
príprava výsledného biznis modelu: 15			
Hodnotenie predmetov			
Celkový počet hodnotených študentov: 8			
abs	n	p	v
100.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Lenka Theodoulides, PhD., MBA			
Dátum poslednej zmeny: 15.07.2024			
Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.			

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_APE_cupv	Názov predmetu: Akadémia podnikania EXPERT
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2., 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Participácia na seminároch, vypracovanie zadaných (skupinových) úloh, návrh vlastného podnikateľského nápadu, pilotné testovanie a záverečná prezentácia nápadu. Podmienkou absolvovania predmetu je účasť na seminároch, záverečný projekt a jeho prezentácia.	
Výsledky vzdelávania: Študent 1. Používa kreativitu a inovatívne myslenie na identifikovanie nových podnikateľských príležitostí 2. Pozná metódy a techniky konvergentného a divergentného myslenia, design thinking, učenie sa prostredníctvom kolaboratívneho spracovania problému, projektové učenie a učenie sa vďaka vypracovaniu vlastného podnikateľského nápadu 3. Dokáže navrhnúť biznis model canvas pre jeho budúce podnikanie prípadne tím spolupracovníkov a aplikuje ho v praxi 4. Dokáže otestovať životaschopnosť modelu a navrhnúť prípadné zmeny 5. Ohodnotiť jednotlivé zložky biznis modelu, porovnať s konkurenciou, predikovať budúcu hodnotu a prínosy/výnosy podnikania 6. Efektívne spolupracuje s inovátormi a inými inšpiratívnymi úspešnými podnikateľmi, je motivovaný k prepájaniu sa s odborníkmi a podnikavcami 7. Dokáže aplikovať komunikačné, prezentačné a predajné zručnosti v oblasti podnikania a komunikácie s investorom/zákazníkom 8. Preukáže schopnosť tímovo pracovať a jasne prezentovať svoje stanovisko podporené silnými argumentmi, predstaví a obháji vlastný podnikateľský nápad	
Stručná osnova predmetu: • Techniky hľadania podnikateľských nápadov (if matica, crazy 8, pinstagooglenie) Nájdienie minimálne 3 vlastných podnikateľských nápadov • K.O. kritéria podnikateľských nápadov Výber vhodného nápadu s TOP potenciálom, ktorý študent ďalej rozpracuje • Biznis model Canvas Vizuálny náčrt vlastného podnikateľského nápadu • Analýza konkurencie na domácom a zahraničnom trhu	

Výber a analýza najrelevantnejších konkurentov, odlišenie svojho nápadu od konkurencie, definovanie minimálne 2 silných konkurenčných výhod

- Biznis kalkulačka

Základy cenotvorby, náklady, dopyt, objem výroby, zohľadnenie priamych, nepriamych a variabilných nákladov, marža, stanovenie ceny svojho produktu/služby

- Demoslidy + namyslenie a zosúladienie výroby prototypu, prieskum trhu

Vizuál a textácia demoslidy ako prezentačného materiálu pre zákazníka

Tvorba prototypu výrobku/služby, popis, parametre, úžitky, predajné argumenty

Realizácia prieskumu a zapracovanie spätnej väzby od zákazníkov

- Pitchdeck alebo prezentácia pre investora

Hlavné náležitosti prezentácie tohto typu, štruktúra, vizualizácia, prejav, koncipovanie kľúčových myšlienok a akčných krokov ako CTA (Call to action) s cieľom vyvolania záujmu

- Psychológia predaja

Základ predajných zručností, definovanie cieľovej skupiny zákazníkov, rozpoznávanie potrieb zákazníkov, tvorba riešení na mieru a argumentácia, detekcia nákupných signálov pri predaji, techniky doťahovania predaja

- Cesta podnikateľa (osobný príbeh úspešného podnikateľa)

Úspechy, pády, poučenia, zdieľanie know how a osobných skúseností

Zdieľanie konkrétnych odporúčaní pre úspešné podnikanie

- Spôsob a možnosti financovania podnikateľských nápadov

Praktická ukážka a predstavenie konkrétnych možností a postupu získania financií pre začínajúcich podnikateľov

- Súťaž a záverečné prezentácie podnikateľských nápadov

Odporúčaná literatúra:

HANESOVÁ, D., THEODOULIDES, L. 2022. Mastering transversal competencies in the higher education environment: through processes of critical thinking and reflection. Banská Bystrica: UMB, Belianum. <https://doi.org/10.24040/2022.9788055720159>

OSTERWALDER A., PIGNEUR, Y. 2012. Tvorba business modelov. Praha: Bizbooks, 2012, ISBN 9788026500254

THEODOULIDES, L. 2020. Rozvoj kritického myslenia koučovacím prístupom vo vysokoškolskom prostredí. Banská Bystrica: Belianum. e-kniha. <https://doi.org/10.24040/2020.9788055717920>

TIDD, J., BESSANT, J. 2010. Managing Innovation. Chichester: Wiley and Sons Ltd., 2010, ISBN 798-0-470-99810-6

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hodín - z toho:
 Kombinované štúdium (P, S, K): 26
 samoštúdium: 50
 príprava na semináre: 24
 zber informácií: 20

Hodnotenie predmetov

Nový predmet

abs	n	p	v
0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučující: Ing. Lenka Theodoulides, PhD., MBA
Dátum poslednej zmeny: 15.07.2024
Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_ApStatR	Názov predmetu: Aplikovaná štatistika v systéme R
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) Riadny termín: Praktická skúška - 100 bodov Za praktickú skúšku formou zadanej analýzy v riadnom termíne na ukončenie predmetu študent získa najviac 100 bodov. Praktickou skúškou preukáže študent osvojenie si poznatkov poskytnutých na predmete. Na úspešné absolvovanie predmetu v riadnom termíne študent potrebuje získať aspoň 65 bodov celkového hodnotenia. b) Opravný termín: Študent, ktorý nesplní v riadnom termíne podmienky na úspešné absolvovanie predmetu, v opravnom termíne na ukončenie študijných povinností absolvuje opravnú praktickú skúšku, za ktorú môže získať najviac 100 bodov celkového hodnotenia. Na úspešné absolvovanie predmetu v opravnom termíne študent potrebuje získať aspoň 65 bodov celkového hodnotenia. Počas absolvovania praktickej skúšky v riadnom, prípadne opravnom termíne má študent povolené používať akékoľvek dostupné študijné materiály, prípadne pracovať s informáciami z internetu.	
Výsledky vzdelávania: -vedomosti: Študent sa oboznámi so základmi štatistického systému R, so základmi syntaxe jazyka R a základnými predprogramovanými príkazmi. Bude schopný spracovať dátové údaje, vizualizovať ich a spozná možnosti hľadania vzorov a súvislostí v dátach. Osvojí si teoretické aj praktické základy supervizovaných a nesupervizovaných modelov. -zručnosti: Študent dokáže aplikovať osvojené poznatky pri riešení konkrétnych praktických úloh zameraných na ekonomickú prax. Vie vizualizovať a graficky prezentovať dáta. Vie posúdiť vhodnosť zvolených nástrojov, interpretovať výsledky a vyhodnotiť presnosť štatistických postupov riešenia. -kompetentnosť: Študent bude schopný upravovať a spracovávať dáta v štatistickom systéme R, bude schopný vytvoriť matematicko-štatistické modely v tomto systéme, bude schopný interpretovať, analyzovať a prezentovať dosiahnuté výsledky.	
Stručná osnova predmetu:	

Úvod do R. Základy programovania v R. Dátové zdroje a prostriedky ich grafickej prezentácie. Základné štatistické procedúry v R (pravdepodobnostné rozdelenia, regresia, lineárne modely, časové rady, predikčné modely a modely bez učiteľa). Aplikácia programu R pri meraní kreditného rizika.

Odporúčaná literatúra:

1. DALGAARD, P. 2008. Introductory Statistics with R. 2. Vyd. New York : Springer, 2008. ISBN 978-0-387-79053-4.
2. 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. (dostupné online)
3. R CORE TEAM 2016. R: a language and environment for statistical computing. Vienna : R Foundation for Statistical Computing. <http://www.r-project.org>
4. TEETOR, P. 2011. 2011. R cookbook. Sebastopol (CA) : O'Reilly Media. ISBN 978-0596809157.
5. VENABLES, W. N., RIPLEY, B. D. 2002. Modern applied statistics with S. 4. Vyd. New York : Springer, 2002. ISBN 0-387-95457-0.
6. VERZANI, J. 2005. Using R for Introductory Statistics. Boca Raton (Florida) : Chapman & Hall/CRC, 2005. ISBN 1-584-88450-9.
7. VIRTUÁLNA UNIVERZITA MATEJA BELA 2021. Aplikovaná štatistika v systéme R (predpripravené skripty, tutoriály a videonávody). Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici. Dostupné na internete: <https://lms.umb.sk>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hodín, z toho:

Kombinované štúdium (P, S, K): 26

samoštúdium: 94

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 16

A	B	C	D	E	FX
56.25	6.25	12.5	18.75	6.25	0.0

Vyučujúci: Mgr. Mária Stachová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 07.06.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_RHZ-aj	Názov predmetu: Brand Value Management (Riadenie hodnoty značky)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: active participation in seminars: 0-30 points continuous written test: 0-20 points b) záverečné hodnotenie: Project: 0-50 points In case of failure student takes resit written exam and/or submits elaborated essay to reach required rate of success (65 %).	
Výsledky vzdelávania: After completion of the course the student should be able to: 1. used models and methods of creating brand value for a specific undertaking, 2. design a program for the undertaking of building brand value, as part of the corporate intangible assets 3. apply procedures that can enhance brand perception by consumers, 4. assess the appropriateness of the strategy (extension repositioning, revitalization) brand creation, 5. evaluate the rate and method of brand perception and its features consumers, 6. formed for undertaking a methodology for identifying brand perception.	
Stručná osnova predmetu: 1. Legal marketing and brand definition. Historical perspective on the brand in Slovakia and in the world. 2. Principles of brand creation. Brands as part of marketing communication. 3. Brand value creation as a factor of business. 4. Identity and brand image. 5. Brand value and brand value management processes. 6. Brand personality. Strategic brand analysis. 7. Brand strategy and its life cycle, expansion and revitalization of the brand. 8. Measuring brand value and measurement method. 9. Plan for brand building.	
Odporúčaná literatúra:	

1. KELLER, K. L. APERIA, R., GEORGSON, M. 2012. Strategic Brand Management. Pearson/Prentice Hall. 926 p. ISBN 978-0-273-73787-2.
2. JOHANSON, J. K., CARLSON, K. A. 2015. Contemporary Brand Management. 253 p. ISBN 978-1-4522-4287-3.
3. AAKER, D. A., 2011. Building Strong Brands. N. York: Free Press. 602 p. ISBN 0-02-900151-X.
4. AAKER, D. A. 2009. Managing Brand Equity. N. York: The Free Press. 331 p. ISBN 978-0029001011.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English

Poznámky - časová záťaž študenta

150 hours

Combined form (Lecture, Seminar, Consultation): 52

self-study: 57

preparation of the project: 31

collection of data: 10

Hodnotenie predmetov

Nový predmet

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

Vyučujúci: Ing. Filip Smutný, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 03.03.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_OR-aj	Názov predmetu: Business Negotiations (Obchodné rokovania)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: seminárna práca: 15 bodov prezentácia na tému obchodného rokovania: 15 bodov b) záverečné hodnotenie: príprava a prezentácia simulovaného obchodného rokovania: 30 bodov test: 40 bodov	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu študent(ka) je schopný(á): 1. použiť získané vedomosti a zručnosti v rokovaní, 2. zostaviť program rokovania, 3. viesť diskusiu, aktívne počúvať a klásť efektívne otázky, 4. predkladať argumenty na presvedčanie druhej strany, 5. riešiť konflikty a problémy, 6. podávať návrhy a odpovedať na ne, 7. používať rôzne rokovacie štýly, stratégie a taktiky 8. zhrnúť výsledky rokovania.	
Stručná osnova predmetu: Definícia rokovania. Interkultúrne aspekty rokovania. Stratégie, taktiky a štýly v obchodnom rokovaní. Základné fázy formálneho rokovania. Vytváranie vzťahov. Zostavenie tímu pre medzinárodné rokovania. Začiatok rokovania – spoločenská konverzácia (small talk). Stanovenie cieľov, zostavenie programu, časový plán, postup, príprava stanovísk a zisťovanie záujmov. Podávanie návrhov a reakcie na ne. Reč tela. Vyjednávanie – vykonávanie nátlaku, ústupky, podmienky. Persuazívne taktiky a reakcie na nátlakové taktiky. Neetické rokovacie taktiky, Možnosti riešenia problémov a konfliktov. Záver a aktivity po rokovaní. Jednotlivé fázy rokovacieho procesu sa precvičujú formou rolových hier a konečným výstupom je tímová prezentácia komplexného simulovaného obchodného rokovania.	
Odporúčaná literatúra:	

1. POWELL, M. 2012. International Negotiations. Cambridge : Cambridge University Press 2012. ISBN 978-0-521-14992-1.
2. COMFORT, J. 1998. Effective Negotiating. Oxford : Oxford University Press 1998. ISBN 0-19-457247-1.
3. HILTROP, J. M., UDALL, S. 1995. The Essence of Negotiation. London : Prentice Hall 1995. ISBN 0-13-349895-6.
4. GROSSMANOVÁ, M. 2010. Obchodné rokovania v angličtine. Sprint dva 2010. ISBN 978-80-89393-23-7.
5. NIERENBERG, G. I., CALERO, H. H. 2009. The New Art of Negotiating. Square One Publishers 2009. ISBN 978-0-7570-00305-9.
6. NIERENBERG, G. I., CALERO, H. H., GRAYSON, G. 2001. How to Read a Person Like a Book. Barnes and Noble Digital. ISBN 1-4014—0192-9.
7. CHORVÁT, J., TEREMOVÁ, M. 2003. Our Approach to Teaching Business Negotiations. In: Acta linguistica N° 5, Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela. Banská Bystrica 2003, 100 – 104. ISBN 80-8055-825-6.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
anglický

Poznámky - časová záťaž študenta

90 hodín
kombinované štúdium: 26
samoštúdium: 44
úlohy: 20

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 49

A	B	C	D	E	FX
20.41	22.45	22.45	22.45	6.12	6.12

Vyučujúci: M.A. David Cole, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 07.06.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_B_on_line	Názov predmetu: Business on-line
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Celkové hodnotenie je určené súčtom bodov za plnenie priebežných úloh, testu a záverečného projektu. a) priebežné hodnotenie: úlohy na seminároch: 30 bodov písomná skúška: 30 bodov b) záverečné hodnotenie: projekt: 40 bodov	
Výsledky vzdelávania: Študent 1. je schopný vytvoriť fungujúce webové stránky slúžiace na prezentáciu podniku alebo objednávanie produktov a služieb on-line, crowdfunding ..., jednotlivé webové stránky vie ohodnotiť z hľadiska ich použiteľnosti (jednoduchosť ovládania, rýchlosť, základné zásady dizajnu...), 2. vie posúdiť jednotlivé informačné technológie, ktoré sú v súčasnosti využívané pri podnikaní (webhosting, ponuka vhodných domén, web dizajn, vývoj webových aplikácií), je schopný pochopiť ich význam, porovnať ich hodnotu pre konkrétny podnik alebo projekt, vrátane ich ekonomickej náročnosti, 3. prostredníctvom spracovania projektu tvorby webovej stránky trénuje svoje schopnosti tvorivo spracovať informácie, a následne ich interpretovať a prezentovať.	
Stručná osnova predmetu: Internet a jeho služby, charakteristika technológií využívaných v ekonomickej praxi, ich úloha a cena. Tvorba internetových stránok. Základy dizajnu a použiteľnosti. Zásady a možnosti vytvárania webovej grafiky. Základy značkovacieho jazyka HTML a CSS, základy CMS. Registrácia a umiestnenie vytvorenej webovej prezentácie na verejne dostupnom serveri. Podstata fulltextového vyhľadávania na internete. Základy Search Engine Optimization (SEO). Administrácia a aktualizácia webového sídla podniku. Možnosti a cenová náročnosť publikovania v internete, webhosting, domény.	
Odporúčaná literatúra:	

1. LACO, P. 2018. Hodnotenie podnikových internetových stránok. Belianum - vydavateľstvo UMB, 124 s. ISBN 978-80-557-1524-7
2. KOLLÁR, I., LACO, P. 2017. Podnikové internetové aplikácie. Belianum - vydavateľstvo UMB, 100 s. ISBN 978-80-557-1183-6.
3. Štandardy internetu publikované na oficiálnych stránkach World Wide Web Consortium: www.w3c.org.
4. Oficiálne on-line tutoriály: www.w3schools.com.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský

Poznámky - časová záťaž študenta

90 hodín, z toho:
 Kombinované štúdium (P, S, K): 26
 samoštúdium: 24
 riešenie úloh zadaných na seminároch: 20
 príprava projektu: 20

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 104

A	B	C	D	E	FX
55.77	26.92	8.65	2.88	0.96	4.81

Vyučujúci: Ing. Peter Laco, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 25.10.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_P SzMVS-aj	Názov predmetu: Case Studies from Public Sector Management (Prípadové štúdie z manažmentu verejného sektora)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Final assessment: a) Active participation during case-studies' presentations (50 points) b) semester project (case study) and its defence (50 points)	
Výsledky vzdelávania: student can 1. critically analyse the current trends in public sector management, 2. provide arguments on basis of the acquired knowledge in a discussion with a professional, 3. create case study using methodological concepts and compare the findings with current knowledge published in research papers.	
Stručná osnova predmetu: - this course is based on presenting case studies from current practice and presentations provided by professionals/experts from practice, who are in leading/managerial positions in public sector organizations on various levels (local, regional, national), - case studies are provided a few weeks before the presentation with supporting literature and students are required to study the materials, dig into the problematics and prepare relevant questions for the presenters (strengthening the competence to understand the topics and place relevant questions) - one week before the seminar led by an expert, the teacher introduces the given topic/problem - at the seminar led by an expert, the students actively participate in discussion about the problems of practical application of their knowledge based on analysed case study and prepared questions. Key topics covered: 1. Public sector performance management – concepts and design 2. Strategic performance management of central government – legal and managerial consequences 3. Public governance and smart governance. 4. Local governance participation. 5. Alternative service delivery arrangements Contracting out in public sector. Contract management in public sector. 6. Behavioural economics in public sector. 7. Alternative funding of public services. Co-creation. Co-production. Crowdfunding.	

8. Participatory budgeting.
9. Implementation of digital tools in governance.
10. Potential of ecosystem services and its importance for local and regional stakeholders.
11. Place marketing. Place branding. Place marketing strategies.

Odporúčaná literatúra:

1. Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., King, D., Vlaev, I. 2009. MINDSPACE influencing behaviour through public policy. Discussion document – not a statement of government policy.
2. Fabio Monteduro. 2017. The Adoption of Outcome-Related Performance Indicators in External Reporting: An Empirical Study. *International Journal of Public Administration* 40:10, pages 860-874.
3. Foret, M. a kol. Marketing communication in public administration. 1. vyd. - Brno : Mendel university in Brno, 2013. - 132 s.
4. Foret, M. Vaňová, A. a kol. Marketing in regional development. 1. vyd. - Brno : Mendel university in Brno, 2013. - 140 s.
5. Grunewald, K. et al. 2015. Ecosystem Services – Concept, Methods and Case Studies. Springer, 312 p. ISBN 978-3-662-51577-8.
6. Mikušová Meričková, B., Nemeč, J., Murray Svidroňová, M., Klimovský, D. 2017. Co-creation as a social innovation in delivery of public services at local government level : the Slovak experience. In: Juraj Nemeč et. al. In Handbook of research on sub-national governance and development. - 1. vyd. - Hershey : IGI global, 2017. - ISBN 9781522516453
7. Mikušová Meričková, B., Nemeč, J., Vozárová, Z. 2017. The efficiency of contracting out local public services in Czech Republic and Slovakia. In BeaharóV, D., J., Baehler, K., J., Klerman, J. A. 2017. Improving public services : international experiences in using evaluation tools to measure program performance. - 1. vyd. - Oxford : Oxford University Press, 2017. - ISBN 978-0-19-064605-9. - S. 265-285
8. Murray Svidroňová, M. 2018. Co-Creation in local services delivery: Case study from Slovakia. In Alternative delivery service, Juraj Nemeč, Vincent Potier, Michiel S. de Vries (Eds) IASIA/IIAS 2018 ISBN-978-2-931003-01-5. S. 82 – 92
9. Murray Svidroňová, M., et al. 2020. Alternative non-profit funding methods: crowdfunding in the Czech Republic and Slovakia, *Applied Economics Letters*, DOI: 10.1080/13504851.2020.1776828
10. Murray Svidroňová, M., Klimivský, D. 2022. Participatory budgeting in Slovakia: recent development, present state and interesting cases. In *International trends in participatory budgeting : between trivial pursuits and best practices*. - 1. vyd. - Cham : Palgrave Macmillan, 2022. - ISBN 978-3-030-79929-8. - ISSN 2524-728X. - pp. 247-269.
11. Murray Svidroňová, M., Vaceková, G., Nemeč, J. 2022. Co-production of public goods in Slovakia, Chapter 7. In *New perspectives in the co-production of public policies, public services and common goods*. - 1. vyd. - Liège : Université de Liège, 2022. - ISBN 978-2-931051-55-9. - ISSN 2795-8825. - Pp. 143-163.
12. Raili Pollanen, Ahmed Abdel-Maksoud, Said Elbanna & Habib Mahama (2017) Relationships between strategic performance measures, strategic decision-making, and organizational performance: empirical evidence from Canadian public organizations, *Public Management Review*, 19:5, 725-746, DOI: 10.1080/14719037.2016.1203013
13. Sven Modell & Anders Grönlund (2007) Outcome-Based Performance Management: Experiences from Swedish Central Government, *Public Performance & Management Review*, 31:2, 275-288, DOI: 10.2753/PMR1530-9576310206
14. Thaler, R., Sunstein, C. 2009. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. London: Penguin Books. 312 s. ISBN 9780143115267

15. Tversky, A., Kahneman, D. 1976. Judgement under uncertainty: Heuristics and Biases. Science, roč. 185, 1976, č. 4157. ISSN 1469-1825, s. 1124-1131.
16. Vaňová a kol. Place marketing, public and nonprofit marketing: case studies. 1. vyd. - Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2017. - 98 s.
17. Vaňová, A. a kol. Place marketing. 1. vyd. - Banská Bystrica : Vydavateľstvo Mateja Bela - Belianum, 2017. - 96 s.
18. Vitálišová, K., Murray Svidroňová, M., Jakuš Mutuhová, N. (2021) Stakeholder participation in local governance as a key to local strategic development. In: Cities : The International Journal of Urban Policy and Planning. - Oxford : Elsevier Ltd., 2021. - ISSN 0264-2751. - Vol. 118 (2021), pp. [1-15].
19. Vitálišová, K., Sýkorová, K., Koróny, S., Laco, P., Vaňová, A., Borseková, K. (2023). Digital Transformation in Local Municipalities: Theory Versus Practice. In: Rouet, G., Côme, T. (eds) Participatory and Digital Democracy at the Local Level. Contributions to Political Science. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-20943-7_13

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English

Poznámky - časová záťaž študenta

combined study (S): 26

self-study: 70

preparing the semester paper: 48

collecting data: 36

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 4

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

Vyučujúci: Ing. Nikoleta Jakuš Muthová, PhD., prof. Ing. Beata Mikušová Meričková, PhD., doc. Ing. Mária Murray Svidroňová, PhD., Ing. Katarína Sýkorová, PhD., prof. Ing. Anna Vaňová, PhD., doc. Ing. Katarína Vitálišová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 29.03.2023

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_PszCR2-aj	Názov predmetu: Case Studies in Tourism 2 (Prípadové štúdie z cestovného ruchu 2)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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. a) priebežné hodnotenie: Spracovanie a riešenie prípadovej štúdie a jej prezentácia (0-60 bodov). b) záverečné hodnotenie: Písomný test (0-40 bodov).	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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

Odporúčaná literatúra:

1. UNWTO. 2007. A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid : World Tourism Organization, 2007.
2. UNWTO. 2008. Handbook of E-marketing for Tourism Destinations. Madrid : World Tourism Organization, 2008.
3. HORNER, S., SWARBROOKE, J. 2004. International Cases in Tourism Management. Oxford : Elsevier. 2008.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Anglický.

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hodín:

kombinované štúdium (P, S, K): 30

samoštúdium: 38

príprava prípadovej štúdie: 52

Hodnotenie predmetov

Nový predmet

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

Vyučujúci: doc. Ing. Tomáš Gajdošík, PhD., Ing. Zuzana Gajdošíková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 07.06.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_CRvEU	Názov predmetu: Cestovný ruch v Európskej únii
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: seminárna práca a jej prezentácia (0-50 bodov), b) záverečné hodnotenie: písomný test (0-50 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. a) priebežné hodnotenie: Seminárna práca a jej prezentácia (0-50 bodov). b) záverečné hodnotenie: Písomný test (0-50 bodov).	
Výsledky vzdelávania: Študent: 1. použije osvojené vedomosti z odborných predmetov na hodnotenie organizácie a politiky cestovného ruchu vo vybraných európskych štátoch, 2. je schopný zhodnotiť činnosť európskych organizácií v rozvoji cestovného ruchu v Európskej únii, 3. analyzuje trendy v spotrebiteľskom správaní v Európskej únii a aplikuje ich na podmienky rozvoja cestovného ruchu, 4. vie vysvetliť význam cezhraničnej spolupráce v cestovnom ruchu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Medzinárodné organizácie zabezpečujúce rozvoj cestovného ruchu v Európskej únii 2. Osobitosti rozvoja cestovného ruchu v Európskej únii. 3. Súčasný stav, trendy a perspektívy rozvoja cestovného ruchu v Európskej únii. 4. Preferencie Európanov v účasti na cestovnom ruchu a trendy v spotrebiteľskom správaní. 5. Cezhraničná spolupráca v cestovnom ruchu v Európskej únii. 6. Organizácia a politika cestovného ruchu v severnej Európe. 7. Organizácia a politika cestovného ruchu v západnej Európe. 8. Organizácia a politika cestovného ruchu v strednej Európe. 9. Organizácia a politika cestovného ruchu v južnej Európe. 10. Organizácia a politika cestovného ruchu vo východnej Európe.	

Odporúčaná literatúra:

1. PALATKOVÁ, M. 2014. Mezinárodní turismus. Praha : Grada Publishing. 2014, 256 s. ISBN 978-80-247-4862-7.
2. COSTA, C., PANYIK, E., BUHALIS, D. 2014. European Tourism Planning and Organisation Systems. London : Channel View Publications. 2014, 468 s. ISBN 978-1-84541-432-0.
3. COSTA, C., PANYIK, E., BUHALIS, D. 2013. Trends in European Planning and Organisation. London : Channel View Publications. 2013, 367 s. ISBN 978-1-84541-410-8.
4. European Commission. 2015. Eurobarometer - Survey on attitudes of European towards tourism.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský.

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hodín:

kombinované štúdium (P, S, K): 30

samoštúdium: 38

príprava prípadovej štúdie: 52

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 82

A	B	C	D	E	FX
98.78	0.0	1.22	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 07.06.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_KvIPaj	Názov predmetu: Communication Across Cultures (Komunikácia v interkultúrnom prostredí)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: písomná analýza daného interkultúrneho problému: 0-20 bodov projekt – písomné spracovanie terénneho prieskumu: 0-30 bodov ústna prezentácia výsledkov prieskumu: 0-20 bodov b) záverečné hodnotenie: test: 0-30 bodov	
Výsledky vzdelávania: Študent dokáže: 1. vnímať, pomenovať a popísať pozorovateľné prejavy odlišností v iných kultúrach a subkultúrach. 2. identifikovať problémy interkultúrneho charakteru, reagovať na ne a zaujať k nim stanovisko. 3. diskutovať o problémoch charakterizovaných kultúrnou rozmanitosťou, vybrať najvhodnejšie riešenia, uvedomovať si vlastnú identitu a akceptovať hodnoty iných kultúr a subkultúr. 4. analyzovať problémy interkultúrnej komunikácie, nachádzať základné princípy komunikácie vo vybraných kultúrach a vyjadrovať svoje postoje a preferencie. 5. nájsť analógiu medzi vlastným konaním a konaním predstaviteľov iných kultúr, vytvárať hypotézy, a integrovať nadobudnuté vedomosti a zručnosti do praxe. 6. argumentovať a obhajovať svoje postoje, prejavíť záujem o rozvíjanie interkultúrnych kompetencií.	
Stručná osnova predmetu: Komunikatívne kompetencie vzájomnej spolupráce vo verejnej správe na európskej, národnej, regionálnej a miestnej úrovni. Koncept interkultúrnej komunikácie, typy kultúry. Bariéry interkultúrnej komunikácie: stereotypy, predsudky, kultúrne očakávania, rôzne vnímanie a postoje, kultúrny šok a jeho fázy. Uvedomovanie si vlastnej kultúrnej identity a hodnôt, úprava kritických postojov a porovnávanie hodnôt odlišných národov, etnických skupín a jazykových komunít. Úloha verbálnej a neverbálnej komunikácie v interkultúrnych vzťahoch. Mentalita, myslenie a správanie predstaviteľov odlišných národov a ich dopad na osobné a pracovné vzťahy. Psychológia interkultúrnych vzťahov. Rozpoznávanie a riešenie kritických incidentov na základe kultúrnych dimenzií. Národná identita a rešpektovanie odlišností medzi jednotlivými kultúrami a subkultúrami. Interkultúrny manažment v obchodnej praxi.	

Odporúčaná literatúra:

1. BENČIKOVÁ, D. 2007. Cross-Cultural Communication in Business. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2007. 208 s. ISBN 978-80-8083-533-0.
2. BENČIKOVÁ, D., MALÁ, D., 2018. Communication Across Cultures for Future Managers. Banská Bystrica: Faculty of Economics, Belianum. 2018. ISBN 978-80-557-1467-7.
3. BENČIKOVÁ, D., MINÁROVÁ, M., POLČICOVÁ, M. 2009. Slovensko-anglicko-nemecký výkladový slovník interkultúrnej komunikácie. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2009. 86 s. ISBN 978-80-8083-918-5
3. GUIRDHAM, M. 2011. Communicating Across Cultures at Work. New York: Palgrave Macmillan, 2011. 400 s. ISBN 978-0-230-28369-5.
4. HOFSTEDE, G., HOFSTEDE, G. J. 2004. Cultures and Organizations: Software for the Mind. 2nd edition. McGraw-Hill, 2004. ISBN 978-0-07-143959-6.
5. OLEJÁROVÁ M. a kol. 2007. Charakteristika vybraných krajín z pohľadu interkultúrnej komunikácie. Banská Bystrica, UMB, 2007.
6. STORTI, C. 1994. Cross-Cultural Dialogues: 74 Brief Encounters with Cultural Difference. Boston: N. Brealey, 1994. 140 s. ISBN 978-1-87-7864-28-5.
7. <http://www.geert-hofstede.com>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky - časová záťaž študenta

90 hodín

kombinované štúdium (P, S, K): 26

samoštúdium: 14

zber informácií a príprava projektu: 30

analýza výsledkov prieskumu: 20

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 31

A	B	C	D	E	FX
45.16	29.03	16.13	9.68	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Dana Benčíková, PhD.**Dátum poslednej zmeny:** 07.06.2022**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_DPS	Názov predmetu: Dane podnikateľských subjektov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: aktívna účasť na seminároch: 10 bodov b) záverečné hodnotenie: Počet bodov za priebežné a záverečné hodnotenie sa spočíta a celkové hodnotenie zodpovedá percentuálnej úspešnosti študenta podľa klasifikačnej stupnici zo šiestich klasifikačných stupňov, minimálne 65 bodov zo 100 bodového maximálneho hodnotenia. písomná skúška – časť teoretická 30 bodov písomná skúška – časť praktická 60 bodov Na opravnom termíne študent(ka) opravuje písomnú skúšku. Do hodnotenia na opravnom termíne sa započítajú aj body získané priebežným hodnotením.	
Výsledky vzdelávania: 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.	

Stručná osnova predmetu:

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 hodín:

Kombinované štúdium (P, S, K): 39 hod. (1/2)

samoštúdium: 58

aktualizácia informácií, práca s legislatívou: 33

príprava a vyplňovanie tlačív a formulárov 20

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 211

A	B	C	D	E	FX
14.22	18.96	19.43	17.06	27.96	2.37

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

Dátum poslednej zmeny: 02.03.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_KaB-aj	Názov predmetu: Digital Currencies and Blockchain (Kryptomeny a blockchain)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) continuous assessment - completion of the written assignment and in-class active participation: 30 points; b) final assessment - written test 70 points.	
Výsledky vzdelávania: The student will: 1. Be able to describe the Byzantine Generals' Problem (a classical problem on how to achieve a single winning strategy involving various parties, some of which may be corrupted, untrusted, or may disseminate inaccurate information) and how do blockchains address this problem. 2. Understand the basics of blockchain technology, i.e. cryptographic functions (hashes), the process of mining and issuance of new currency, various consensus mechanisms including the 'Proof-of-Work' consensus mechanism used in the Bitcoin Blockchain. 3. Distinguish among various types and properties of centralized, decentralized and hybrid blockchains and ascertain which of them is suitable for what purposes. 4. Understand how blockchain technology creates trust among untrusted parties and immutable entries, by linking/chaining blocks of information together (thus the concept of 'blockchain'). 5. Distinguish the basic characteristics and key metrics of Bitcoin and altcoins (alternative cryptocurrencies issued after Bitcoin) such as Ethereum, Litecoin, XRP, Bitcoin Cash etc. Many of these altcoins may have different properties, follow different protocols and have different uses. 6. Learn how to transact and store cryptocurrencies, look-up and dissect real transactions in open blockchain networks. 7. Dive-in to more technical aspects of the technology such as mining pools, segregated witness, lightning network, forks and smart contracts, their uses and challenges. 8. Learn why this is an innovative technology and understand its potential to disrupt a number of other industries. 9. Identify some of the industries that may be disrupted by this technology, such as financial institutions, health, real estate, supply chain, academia, and others, as well as describe blockchain-related use cases. 10. Understand more advanced uses of the blockchain such as escrow services, asset registration, attestation, smart contracts, digital assets, tokenization, CBDCs, DeFi and others.	

11. Understand what parallels and differences cryptocurrencies have with the existing monetary and banking systems.
12. Evaluate how central banks or governments may issue their own digital currency, for what purposes and to what end.
13. Identify some of the legal, regulatory and taxation challenges that this new technology may bring and learn how do major global regulators look at these issues.
14. Understand major frameworks for regulating cryptocurrencies.
15. Explore the current mega-trends towards decentralization and how blockchain and other technologies, such as AI and the IoT, fuel these trends.

Stručná osnova predmetu:

The course provides an introductory understanding of blockchain technology and decentralized digital currencies (cryptocurrencies), such as bitcoin. The course will:

- survey the theory and principles by which digital currencies operate;
- provide practical examples of basic transactions and operations of blockchain or distributed ledger-based systems;
- explore the current and future interaction of digital currencies with banking, financial, legal and regulatory systems;
- help students understand the disruptive potential of blockchain and how this ecosystem can be perceived as an innovation;
- discuss the newest developments in the space (for example, tokenization, DeFi and CBDCs), explore the synergies between blockchain and other disruptive technologies (such as artificial intelligence and the internet of things) and provide a vision and thesis for a decentralized future.

The course will consist of four general topics:

1. Theoretical introduction to digital currencies: This will include the history of digital currencies, the invention of decentralized consensus through proof-of-work, and a technical overview of cryptocurrencies such as bitcoin, as well as alternative/advanced uses of the blockchain.
2. Practical introduction to digital currencies: This will include practical, introductory exercises in utilizing and constructing digital currency transactions.
3. Banking, financial and regulatory implications: Overview of how blockchain technology could revolutionize the existing monetary and banking system and possible approaches to regulation and development.
4. Innovation & development: How cryptocurrencies and blockchain technology can be viewed through innovation frameworks and what possibilities exist for further developments, including new blockchain uses (tokenization, decentralized finance [DeFi], central bank digital currencies [CBDCs], etc.) and convergence of blockchain with other technologies (most notably artificial intelligence and the internet of things) toward a decentralized future.

Odporúčaná literatúra:

1. AMMOUS, S. 2018. The Bitcoin standard. Hoboken, New Jersey : John Wiley & Sons, 286 p. ISBN 978-1-119-47386-2.
2. AZHAR, A. 2021. Exponential. London : Cornerstone, 384 p. ISBN 978-1847942913.HOSP, J. 2018. Kryptomeny. Bratislava : Tatran, 172 s. ISBN 978-80-222-0945-8.
3. HARARI, Y., N. 2018. Money. London : Vintage Books, 133 p. ISBN 978-1-78487-402-5.
4. HAYEK, F. A. 1990. Denationalisation of Money The Argument Refined An Analysis of the Theory and Practice of Concurrent Currencies (3rd ed.). London, UK: The Institute of Economic Affairs.
5. CHOVCANULIAK, R. 2019. Pokrok bez povolenia. Bratislava : INESS, 288 s. ISBN 978-8-089-82007-8.

6. KRAVCHENKO, P., SKRIABIN, B., DUBININA, O. 2019. Blockchain And Decentralized Systems. Київ, Ukraine: Distibuted Lab.
7. NAKAMOTO, S. 2008. Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System. Retrieved from <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>
8. NARAYANAN, A., BONNEAU, J., FELTEN, E., MILLER, A., GOLDFELDER, S. 2016. Bitcoin and Cryptocurrency Technologies: A Comprehensive Introduction. Princeton, NJ: Princeton University Press.
9. SHRIER, D., L. 2020. Basic blockchain. London : Robinson, 182 p. ISBN 978-1-4721-4483-6.
10. TAPSCOTT, D., TAPSCOTT, A. 2018. Blockchain revolution. New York : Portfolio/Penguin, 358 p. ISBN 978-0-241-23786-1.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hours

Combined study (P, S, K): 26 h. (2/0)

Self-study: 50 h.

Preparation of the project: 40 h.

Collection of data: 4 h.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 6

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

Vyučujúci: Ing. Ivan Sedliačik, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 20.06.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_DigMar	Názov predmetu: Digitálny marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: aktívna účasť na riešení zadaní a praktických úloh v priebehu semestra: 0-60 bodov b) záverečné hodnotenie: 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. Záverečný test: 0-40 bodov V opravnom termíne študent opravuje tú súčasť skúšky, za ktorú získal menej bodov tak, aby bol konečný súčet bodov minimálne 65.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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 978802514959.
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): 39

samoštúdium: 65

Práca na zadaniach: 26

Zber, štúdium a spracovanie informácií: 20

Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov: 68					
A	B	C	D	E	FX
63.24	16.18	11.76	0.0	8.82	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

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: DE_2_DPsO	Názov predmetu: Diplomová práca s obhajobou
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Typ predmetu: A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 20	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3., 4..	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: spracovanie diplomovej práce a jej predloženie v stanovenom termíne b) záverečné hodnotenie: obhajoba diplomovej práce pred štátnicovou komisiou	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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.	
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

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: 164

A	B	C	D	E	FX
45.12	29.27	20.12	3.05	2.44	0.0

Vyučujúci:

Dátum poslednej zmeny: 17.02.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_DS	Názov predmetu: Diplomový seminár
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: Vypracovanie 20 rešerší k téme diplomovej práce: 50 bodov b) záverečné hodnotenie: Vypracovanie časti DP – metodológia (cieľ, metódy zberu a spracovania DP), osnova DP, odovzdať 10 strán 1. kapitoly): 50 bodov	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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, ISBN: 9781529712971.
4. Silverman, D. 2018. Doing Qualitative Research. London: Sage Publication, 2018, ISBN: 35406511.
5. Silverman, D. 2019. Interpreting Qualitative Data. London: Sage Publication, 2018, ISBN: 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): 26

samoštúdium: 40

príprava projektu: 24

zber informácií: 30

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 216

abs	n
95.83	4.17

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

Dátum poslednej zmeny: 03.02.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_EEUINT	Názov predmetu: Ekonómia európskej integrácie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: Priebežné hodnotenie 0 - 20 bodov. (Študent je povinný prezentovať jednu tému počas semestra, ktorá bude mať váhu maximálne 16 bodov; aktívne sa zúčastňovať na seminároch: maximálne 4 body) b) záverečné hodnotenie: Záverečný písomný test: 0 – 80 bodov	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní kurzu študent - si rozšíri svoje ekonomické poznatky o dimenziu európskej ekonomickej integrácie, - bude schopný porozumieť základným procesom v európskej hospodárskej integrácii, - bude mať vedomosti o politikách EÚ, ktoré sa vzťahujú na hospodársku integráciu - hodnotí podstatu problémov v európskej ekonomickej integrácii a ich možných riešení, - dokáže si vytvoriť, argumentovať a obhajovať vlastné stanovisko k európskej hospodárskej integrácii.	
Stručná osnova predmetu: Hospodárska integrácia v EÚ. Postup integrácie v európskych krajinách od Rímskych zmlúv po súčasnosť. Spoločná obchodná politika EÚ. Mikroekonómia európskej integrácie. Základné mikroekonomické nástroje a colná únia. Ekonómia preferenčnej liberalizácie. Rastové efekty a integrácia trhu výrobných faktorov. Spoločná poľnohospodárska politika. Pravidlá hospodárskej súťaže na vnútornom trhu EÚ. Hospodárska integrácia, trhy práce a migrácia v rámci EÚ a s tretími krajinami. Makroekonómia menovej integrácie. História Európskej menovej integrácie. Menová politika v eurozóne – cieľ, nástroje a aktuálne opatrenia menovej politiky.	
Odporúčaná literatúra: 1. BALDWIN, R.; WYPLOSZ, Ch. 2022. The Economics of European Integration. 7th. edition. McGraw-Hill Education. ISBN 9781526849434 (resp. 4. vydanie v českom jazyku: BALDWIN, R.; WYPLOSZ, Ch. 2013. Ekonomie evropské integrace. 4. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN: 978-80-247-4568-8)	

2. JOVANOVIĆ, M. N. 2013. The Economics of European Integration, 2nd Edition. Edward Elgar Publishing; 2nd edition. ISBN 13: 9780857933973
3. POMFRET R. W. T. 2021. The Economic Integration of Europe. Harvard University Press 2021-06-25, Cambridge (2021). ISBN 10: 0674244133 ISBN 13: 9780674244139
4. Zmluva o fungovaní Európskej Únie (Konsolidované znenie) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012E/TXT&from=EN>
5. Oficiálne stránky Európskej únie: https://european-union.europa.eu/index_sk a Európskej centrálnej banky <https://www.ecb.europa.eu/home/html/index.sk.html>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky - časová záťaž študenta

Slovak

Hodnotenie predmetov

Nový predmet

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

Vyučujúci: Ing. Mariana Považanová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 19.03.2023

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_FT1(TV1)	Názov predmetu: Field Trip 1 (Terénny výskum 1)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: spracovanie a prezentácia sekundárneho prieskumu prieskumu (čiastkovej štúdie) vo vybranom regióne cestovného ruchu, aktívna účasť na seminároch (60 %), b) záverečné hodnotenie: spracovanie seminárnej práce s výsledkami sekundárneho prieskumu vo vybranom regióne cestovného ruchu (40 %). 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. a) priebežné hodnotenie: Spracovanie a prezentácia sekundárneho prieskumu (čiastkovej štúdie) vo vybranom regióne cestovného ruchu, aktívna účasť na seminároch (60 %). b) záverečné hodnotenie: Spracovanie seminárnej práce s výsledkami sekundárneho prieskumu vo vybranom regióne cestovného ruchu (40 %).	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Výber cieľového miesta na realizáciu terénneho seminára. Získanie zručností pri spracovaní a analýze sekundárnych zdrojov informácií o vybranom regióne cestovného ruchu: primárna a sekundárna ponuka, marketing, vývoj infraštruktúry cestovného ruchu a jeho analýza, dopyt po cestovnom ruchu, prezentácia regiónu a jeho marketing, socio-ekonomický vývoj regiónu, analýza kompetencií a zodpovednosti organizácií cestovného ruchu v regióne, hodnoty a tradície regiónu, spracovanie SWOT analýzy vybraného regiónu cestovného ruchu, náčrt stratégie rozvoja cestovného ruchu v regióne.	
Odporúčaná literatúra: 1. KUČEROVÁ, J. 2015. Plánovanie a politika v cieľových miestach cestovného ruchu. Banská Bystrica : Belianum, ISBN 978-80-557-0871-3. 2. KUČEROVÁ, J., MARÁKOVÁ, V., GAJDOŠÍK, T., GAJDOŠÍKOVÁ, Z., MARCIŠ, M. 2019. Udržateľná konkurencieschopnosť cieľových miest cestovného ruchu. Banská Bystrica : DALI-BB, 2019. 140 s. ISBN 978-80-8141-221-9.	

3. GÚČIK, M. a kol. 2011. Marketing cestovného ruchu. Banská Bystrica : Slovak-Swiss Tourism, 2011. ISBN 978-80-89090-85-3.
4. GÚČIK, M. a kol. 2007. Manažment regionálneho cestovného ruchu. Banská Bystrica : Slovak- Swiss Tourism, 2007. ISBN978-80-80990-34-1.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský, anglický.

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hodín.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 89

A	B	C	D	E	FX
83.15	16.85	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Ing. Diana Kvasnová, PhD., Ing. Matúš Marciš, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 07.06.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_FT2(TV2)	Názov predmetu: Field Trip 2 (Terénny výskum 2)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 8	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: aktívna účasť na seminári, účasť na spracovaní záverečnej štúdie o rozvoji cestovného ruchu vo vybranom regióne cestovného ruchu, prípadná prezentácia štúdie na ŠVA, účasť na príprave itineráru a organizačnom zabezpečení exkurzie (doprava, ubytovanie, stravovanie, návšteva atraktivít cestovného ruchu, dohodnutie stretnutí so zainteresovanými subjektmi na rozvoji cestovného ruchu vo vybranom regióne cestovného ruchu) (0-50 %), b) záverečné hodnotenie: účasť na exkurzii v skúmanom regióne cestovného ruchu (0-50 %). 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.	
a) priebežné hodnotenie: Aktívna účasť na seminári, účasť na spracovaní záverečnej štúdie o rozvoji cestovného ruchu vo vybranom regióne cestovného ruchu, prípadná prezentácia štúdie na ŠVA, účasť na príprave itineráru a organizačnom zabezpečení exkurzie (doprava, ubytovanie, stravovanie, návšteva atraktivít cestovného ruchu, dohodnutie stretnutí so zainteresovanými subjektmi na rozvoji cestovného ruchu vo vybranom regióne cestovného ruchu) (0-50 %).	
b) záverečné hodnotenie: Účasť na exkurzii v skúmanom regióne cestovného ruchu (0-50 %).	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Analýza vybraného cieľového miesta z hľadiska požiadaviek kooperatívneho manažmentu a vplyvu cestovného ruchu na regionálny rozvoj. Konzultácie s osobami zainteresovanými na rozvoji cestovného ruchu v cieľovom mieste. Zber reálnych údajov o stupni rozvoja cestovného ruchu v cieľovom mieste., stratégia rozvoja cestovného ruchu v regióne. Získanie praktických zručností z organizácie exkurzie, schopností diskutovať s odborníkmi z praxe, klásť správne otázky, vykonávať činnosti sprievodcu cestovného ruchu počas exkurzie – terénneho cvičenia, riešiť konflikty v skupine, niesť zodpovednosť za organizáciu stretnutí a realizáciu terénneho cvičenia.	
Odporúčaná literatúra: 1. GÚČIK, M. a kol. 2011. Marketing cestovného ruchu. Banská Bystrica: Slovak-Swiss	

<p>Tourism, 2011. ISBN 978-80-89090-85-3. 2. GÚČIK, M. a kol. 2007. Manažment regionálneho cestovného ruchu. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2007. ISBN978-80-80990-34-1. 3. Rozvoj cestovného ruchu v regiónoch. Metodická príručka II. Bruggy-Banská bystrica, 2002. ISBN 80-967649-3-4.</p>					
<p>Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský, anglický.</p>					
<p>Poznámky - časová záťaž študenta 120 hodín.</p>					
<p>Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 63</p>					
A	B	C	D	E	FX
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<p>Vyučujúci: Ing. Matúš Marciš, PhD.</p>					
<p>Dátum poslednej zmeny: 07.06.2022</p>					
<p>Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.</p>					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_FEAP2	Názov predmetu: Finančno-ekonomická analýza podniku 2
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: príprava a prezentácia semestrálneho projektu - spolu 70 bodov b) záverečné hodnotenie: Záverečný písomný test – 30 bodov Opravný termín: v prípade dosiahnutia menej ako 65 % bodov z oboch súčastí spolu je možné v termíne opravnej študijnej povinnosti predložiť upravený projekt alebo absolvovať opravný test.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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): 39 hod.(P - 13 hod., S - 26 hod.),

samoštúdium (štúdium odbornej literatúry): 45 h.

spracovanie projektu: 55 h.

príprava a prezentácia projektu: 11 h.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 45

A	B	C	D	E	FX
42.22	13.33	4.44	17.78	22.22	0.0

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

Dátum poslednej zmeny: 03.02.2025

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_FRP_PS	Názov predmetu: Finančné riadenie podniku - prípadové štúdie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: aktívna účasť na výučbe (účasť min. na 70% výučby a min. 4 body pridelené vyučujúcimi za individuálnu aktivitu študenta (min. 4 b. = E, 5 b. = D, 6 b. = C, 7 b. = B, 8 a viac bodov = A). Body sa pridelujú za aktívne zapájanie sa študenta do diskusie, prezentovanie výsledkov tímových úloh a pod.	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu je študent schopný previazať skôr nadobudnuté teoretické vedomosti o finančnom riadení podniku s dennou praxou finančného riadenia – získa jasnejšiu predstavu ako sa finančná teória pretavuje do dennej rozhodovacej praxe finančného manažéra podniku a aké sú väzby finančného riadenia na iné podnikové funkcie (výroba, informačné systémy, zákaznícke a dodávateľské procesy, právne procesy). Predmet sa sústreďuje na témy aktuálne v danom období v dennej finančnej praxi (témy sa flexibilne aktualizujú). Na výučbe predmetu participujú finanční manažéri z podnikovej praxe.	
Stručná osnova predmetu: <ol style="list-style-type: none">1. Finančné a stratégia firmy (prepojenie finančného riadenia na iné podnikové funkcie).2. Digitalizácia a automatizácia finančných procesov v podniku.3. Riadenie podnikových rizík (1) - opatrenia proti praniu peňazí (AML), kybernetická bezpečnosť podniku.4. Riadenie podnikových rizík (2) - úloha poistenia v riadení podnikových rizík.5. Riadenie podnikových rizík (3) – kreditný rating zákazníkov, ESG kritériá, sankčné zoznamy (ako uplatniť reštrikcie pre dodávateľsko-odberateľské vzťahy s vybranými subjektami a krajinami).6. Riadenie podnikových rizík (4) – e-fakturácia vynútená zákazníkmi verzus vládami a dopad e-fakturácie na riadenie pohľadávok a na free cash flow podniku.7. Riadenie podnikových rizík (5) - špecifiká vymáhania zahraničných pohľadávok v podniku.8. Právny rámec práce finančného manažéra – prelínanie právnej a finančnej praxe.9. Finančná analýza firmy – finančné ukazovatele v praxi a využitie verejne dostupných údajov o podnikoch na získanie komplexného obrazu o finančnej situácii firmy.10. Finančné rozhodovanie a rozhodovacie postupy v reálnej dennej podnikovo-finančnej praxi11. Podnikové dane v dennej rozhodovacej praxi finančného manažéra.	

- 12. Vedenie ľudí a jeho vplyv na stabilizáciu zamestnancov finančného oddelenia podniku.
- 13. Zlučovanie obchodných spoločností – praktické aspekty.
- 14. Reporting v skupine spoločností (holdingu).

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

slovenský

Poznámky - časová záťaž študenta**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 10

A	B	C	D	E	FX
80.0	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0

Vyučujúci: prof. Ing. Peter Krištofík, Ph.D.**Dátum poslednej zmeny:** 22.04.2024**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_FM	Názov predmetu: Finančný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: písomná skúška 0 – 45 bodov písomná esej 0 – 10 bodov b) záverečné hodnotenie: písomná skúška 0 - 45 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.	
Výsledky vzdelávania: 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.	

Stručná osnova predmetu:

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): 52

samoštúdium: 90

štúdium aktuálnej legislatívy: 15

zber informácií k eseji: 10

príprava eseje: 13

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 210

A	B	C	D	E	FX
8.57	14.29	19.05	18.1	34.29	5.71

Vyučujúci: doc. Ing. Miroslava Vinczeová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 06.02.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_FPvMaSP	Názov predmetu: Firemné plánovanie v malých a stredných podnikoch
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: semestrálny projekt: 0 – 10 bodov b) záverečné hodnotenie: písomný test: 0 – 10 bodov 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.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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. Začíname 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 podnikatelské příležitosti. 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): 52 hod. (P - 26 hod.; S – 26 hod.)

samoštúdium (štúdium odbornej literatúry): 45 hod.

spracovanie projektu: 40 hod.

zber dát a analýza: 13 hod.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 211

A	B	C	D	E	FX
14.22	28.44	25.59	16.11	15.64	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

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_IS	Názov predmetu: Informačné systémy
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: Písomný test z teoretickej časti – podnikové informačné systémy – 30 bodov. Písomný test z praktickej časti – podpora manažérskeho rozhodovania v programoch Power BI a MS SQL Server – 20 bodov b) záverečné hodnotenie: Písomný test z praktickej časti – modelovanie a analýza ekonomických procesov v programe MS Excel – 50 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.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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: 39

samoštúdium: 51

riešenie zadaných úloh: 60

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 51

A	B	C	D	E	FX
5.88	9.8	27.45	23.53	33.33	0.0

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

Dátum poslednej zmeny: 05.09.2024

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_InOb	Názov predmetu: Investičné obchody
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: záverečné hodnotenie: písomný test: 100 bodov	
b) záverečné hodnotenie: písomný test: 100 bodov	
Výsledky vzdelávania: 1. Po absolvovaní predmetu by si mal študent vedieť zostaviť optimálne portfólio cenných papierov 2. Študent by mal vedieť zadať obchodný pokyn na nákup resp. predaj cenných papierov na burze cenných papierov 3. Mal by si dokázať analyzovať vplyv makroekonomických indikátorov na vývoj akcií, dlhopisov, zlata a devízových kurzov 4. Študent by mal sám vedieť obchodovať na devízovom trhu a zadávať rôzne nákupné a predajné pokyny.	
Stručná osnova predmetu: 1. Vznik a vývoj finančnej krízy v USA a dlhovej krízy v EU. 2. Charakteristika investičných služieb – emisné obchody, obchody s investičnými nástrojmi. 3. Charakteristika investičných služieb - margin trading, short sales, asset management, investičné poradenstvo, poradenstvo a služby pri realizácii fúzií a akvizícií. 4. Úloha inštitucionálnych a drobných investorov na finančných trhoch, ich pozície, ciele, motívy a rozhodovacie kritériá. 5. Výnos a riziko portfólia. Korelácia výnosov v zostavenom portfóliu cenných papierov. Trhové a optimálne portfólio. 6. Investovanie do akcii na Pražskej burze cenných papierov (PSE) – praktická ukážka zadania obchodného príkazu na nákup/predaj akcií kótovaných na PSE prostredníctvom vybraného brokera. Ukážka obchodovania v demo verzii. 7. Investovanie na devízovom trhu – praktická ukážka zadania obchodného pokynu na nákup/predaj menového páru prostredníctvom vybraného brokera. Ukážka obchodovania v demo verzii. 8. Charakteristika Exchange Traded Fonds (ETF). Backwardácia a kontango (vzťah spotového a futures trhu s ropou).	
Odporúčaná literatúra:	

1. DEMJAN,V. – IŽIP R. – MORAVČIK, M. 2011. Pravda a mýty o forexe - ako obchodovať na najväčšom finančnom trhu. 2011.
2. GRAMAH, D. – ZWEIG, J. 2008. Inteligentní investor. Grada Publishing, Praha, 2008, ISBN 978-80-247-1792-0.
3. CHOVANCOVÁ,B.–ŽOFČÁK,S.2012. Kolektívne investovanie. Iura Edition,Bratislava. 2012, ISBN: 97-8808-078-449-2.
4. LIEN, K. 2013. FOREX – Ziskové intradenní a swingové obchodní strategie. 2013.
5. LIŠKA V. – GAZDA J. 2004. Kapitálové trhy a kolektivní investování. Praha : Professional Publishing, 2004.
6. PINTER, L. 2010: Pôsobenie komerčnej banky na peňažnom a devízovom trhu. UMB, Ekonomická fakulta BB. 2010. ISBN 978-80-557-0068-7.
7. POLOUČEK, S., 2010. Peniaze, banky, finančné trhy. Iura Edition, Bratislava, 2010
8. STEIGAUF, S. 2003. Fondy - jak vydělávat pomocí fondů. Praha: Grada Publishing, 2003, ISBN 80- 247-0247-9.
9. ZIMKOVA, E. 2009. Bankovníctvo. UMB, Ekonomická fakulta BB, 2009. ISBN 978-80-8083-801-0.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský

Poznámky - časová záťaž študenta

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 130

A	B	C	D	E	FX
36.92	24.62	27.69	7.69	3.08	0.0

Vyučujúci: Ing. Ľubomír Pintér, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 27.10.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_IRvMaSP	Názov predmetu: Investičné riadenie v malých a stredných podnikoch
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: Prezentovanie čiastkových výsledkov spracovanej štúdie: 10 bodov b) záverečné hodnotenie: Písomný test: 50 bodov Spracovanie investičného projektu a jeho prezentácia: 40 bodov V opravnom termíne študent opravuje test. Body získané za projekt sa mu pripočítajú k bodom za opravný test.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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): 39 hod.,

samoštúdium: 40 hod.,

príprava projektu: 60 hod.,

zber informácií: 11 hod.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 35

A	B	C	D	E	FX
2.86	17.14	11.43	22.86	45.71	0.0

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

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_Kontr	Názov predmetu: Kontroling
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: písomný test (50 bodov) z tematických celkov prvej polovice semestra b) záverečné hodnotenie: písomný test (50 bodov) z tematických celkov druhej polovice semestra 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 – 100 bodov) zo všetkých tematických celkov. Pre úspešné absolvovanie predmetu v opravnom termíne musí študent získať aspoň 65 bodov.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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. Kontroling zásob, kontroling pohľadávok a finančných účtov.	

7. Kontroling výnosov a výsledku hospodárenia.

Odporúčaná literatúra:

1. PONIŠČIAKOVÁ, O., GOGOLOVÁ, M. 2017. Podnikový kontroling. Žilina : EDIS, 2017. ISBN 9788055413204.
2. TÓTH, M., ŠAGÁTOVÁ, S. 2020. Nákladový kontroling. Bratislava : Wolters Kluwer, 2020. ISBN 9788075989062.
3. TÓTH, M., ŠAGÁTOVÁ, S., ŠTETKA, P. 2021. Nákladový kontroling. Zbierka príkladov. Bratislava : Wolters Kluwer, 2020. ISBN 9788057103950.
4. POPEŠKO, B., PAPADAKI, Š. 2016. Morderní metody řízení nákladů. Praha : Grada. ISBN 9788024757735.
5. KRÁL, B. a kol. 2019. Manažérske účtovníctví. Praha : Management Press, 2019. ISBN 9788072615681.
6. BOGYOVÁ, E. - GROFČÍKOVÁ J. - LAPKOVÁ, M. 2011. Kontroling 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): 39 hodín

samostatné riešenie príkladov a zadaných úloh: 30 hodín

samoštúdium literatúry: 81 hodín

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 42

A	B	C	D	E	FX
9.52	14.29	23.81	19.05	30.95	2.38

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

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_Kouč	Názov predmetu: Koučovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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. 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.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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.	
Odporúčaná literatúra: 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: 115

A	B	C	D	E	FX
64.35	31.3	2.61	0.87	0.0	0.87

Vyučujúci: Ing. Jozef Ďurian, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 07.06.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_KKvRR	Názov predmetu: Kreativita a kultúra v regionálnom rozvoji
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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. a) priebežné hodnotenie: absolvovanie priebežných zadaní počas semestra a výskumu v požadovanom rozsahu 0 -50 bodov b) záverečné hodnotenie: spracovanie seminárnej práce a jej prezentácia s využitím aktivizujúcich foriem výučby: 0 - 50 bodov	
Výsledky vzdelávania: 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	
Stručná osnova predmetu: Vymedzenie základných pojmov. Kultúra, kreativita a ekonomika. Kreativná 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.	
Odporúčaná literatúra: 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: 83

A	B	C	D	E	FX
78.31	12.05	6.02	2.41	1.2	0.0

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

Dátum poslednej zmeny: 28.10.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_KaB	Názov predmetu: Kryptomeny a blockchain
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: aktívna participácia a prezentácia aktuálnych tém: 50 bodov b) záverečné hodnotenie: písomný test 50 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študent: 1. bude schopný opísať problém byzantských generálov (klasický problém, ako dosiahnuť jednu víťaznú stratégiu zahŕňajúcu rôzne strany, z ktorých niektoré môžu byť korumpované, nedôveryhodné alebo môžu šíriť nepresné informácie) a ako tento problém rieši technológia blockchain. 2. pochopí základy technológie blockchain, t.j. kryptografické funkcie (hash), proces ťažby a emisie novej meny, rôzne mechanizmy konsenzu vrátane mechanizmu konsenzu „Proof-of-Work“ používaného v blockchaine Bitcoinu. 3. rozlíši medzi rôznymi typmi a vlastnosťami centralizovaných, decentralizovaných a hybridných blockchainov a vhodne posúdi, ktorý z nich je vhodný na aké účely. 4. pochopí, ako technológia blockchain vytvára dôveru medzi nedôveryhodnými stranami a nemennými položkami spájaním/reťazením blokov informácií (teda koncept „blockchainu“). 5. rozlíši základné charakteristiky a kľúčové metriky Bitcoinu a altcoinov (alternatívnych kryptomien vydaných po Bitcoinu), ako sú Ethereum, Tether, BNB, USD Coin, XRP, Cardano atď. 6. naučí sa, ako obchodovať a uchovávať kryptomeny, vyhľadávať a analyzovať skutočné transakcie v otvorených blockchainových sieťach. 7. preskúma technickejšie aspekty technológie, ako sú mining pools, segregated witness, lightning network, forks, smart kontrakty, ich použitie a výzvy. 8. objasní, prečo ide o inovatívnu technológiu a pochopí jej potenciál narušiť množstvo iných priemyselných odvetví. 9. identifikujte niektoré odvetvia, ktoré môžu byť touto technológiou narušené, ako sú finančné inštitúcie, zdravotníctvo, nehnuteľnosti, dodávateľské reťazce, univerzity a ďalšie, a tiež opíše use-cases súvisiace s blockchainom.	

10. pochopí pokročilejšie využitie blockchainu, ako sú escrow služby, registrácia aktív, atestácia, smart kontrakty, digitálne aktíva, tokenizácia, CBDC, DeFi a iné.
11. pochopí, aké paralely a rozdiely majú kryptomeny s existujúcimi menovými a bankovými systémami.
12. vyhodnotí, ako môžu centrálné banky alebo vlády vydávať vlastnú digitálnu menu, na aké účely a za akým cieľom.
13. identifikuje niektoré z právnych, regulačných a daňových výziev, ktoré môže táto nová technológia priniesť a zistí, ako sa na tieto problémy pozerajú hlavní globálni regulátori.
14. pochopí hlavné rámce pre reguláciu kryptomien.
15. preskúma súčasné megatrendy smerujúce k decentralizácii a ako blockchain a ďalšie technológie, ako napríklad AI a IoT, podporujú tieto trendy.

Stručná osnova predmetu:

Kurz poskytuje úvodné pochopenie technológie blockchain a decentralizovaných digitálnych mien (kryptomeny), ako je bitcoin. Kurz bude:

- skúmať teóriu a princípy fungovania digitálnych mien;
- poskytne praktické príklady základných transakcií a operácií blockchainu alebo systémov založených na distribuovanej účtovnej knihe;
- preskúma súčasnú a budúcu interakciu digitálnych mien s bankovými, finančnými, právnymi a regulačnými systémami;
- pomôže študentom pochopiť disruptívny potenciál blockchainu a ako možno tento ekosystém vnímať ako inováciu;
- diskutovať o najnovšom vývoji (napríklad tokenizácia, DeFi a CBDC), skúmať synergie medzi blockchainom a inými prevratnými technológiami (ako je umelá inteligencia a internet vecí) a poskytne víziu a tézu pre decentralizovanú budúcnosť.

Kurz bude pozostávať zo štyroch všeobecných tém:

1. Teoretický úvod do digitálnych mien: Bude to zahŕňať históriu digitálnych mien, vynájdenie decentralizovaného konsenzu prostredníctvom proof-of-work a technický prehľad kryptomien, ako je bitcoin, ako aj alternatívne/pokročilé využitie blockchainu.
2. Praktický úvod do digitálnych mien: Toto bude zahŕňať praktické úvodné cvičenia pri využívaní a vytváraní transakcií s digitálnymi menami.
3. Bankové, finančné a regulačné implikácie: Prehľad toho, ako by technológia blockchainu mohla spôsobiť revolúciu v existujúcom menovom a bankovom systéme a možných prístupoch k regulácii a rozvoju.
4. Inovácia a vývoj: Ako možno na kryptomeny a technológiu blockchainu nazerať prostredníctvom inovačných rámcov a aké možnosti existujú pre ďalší vývoj vrátane nových použití blockchainu (tokenizácia, decentralizované financovanie [DeFi], digitálne meny centrálnej banky [CBDC] atď.) a konvergenciu blockchainu s inými technológiami (najmä umelou inteligenciou a internetom vecí) smerom k decentralizovanej budúcnosti.

Odporúčaná literatúra:

1. AMMOUS, S. 2018. The Bitcoin standard. Hoboken, New Jersey : John Wiley & Sons, 286 p. ISBN 978-1-119-47386-2.
2. AZHAR, A. 2021. Exponential. London : Cornerstone, 384 p. ISBN 978-1847942913.HOSP, J. 2018. Kryptomeny. Bratislava : Tatran, 172 s. ISBN 978-80-222-0945-8.
3. HARARI, Y., N. 2018. Money. London : Vintage Books, 133 p. ISBN 978-1-78487-402-5.
4. HAYEK, F. A. 1990. Denationalisation of Money The Argument Refined An Analysis of the Theory and Practice of Concurrent Currencies (3rd ed.). London, UK: The Institute of Economic Affairs.

5. CHOVANCULIAK, R. 2019. Pokrok bez povolenia. Bratislava : INESS, 288 s. ISBN 978-8-089-82007-8.
6. KRAVCHENKO, P., SKRIABIN, B., DUBININA, O. 2019. Blockchain And Decentralized Systems. Київ, Ukraine: Distibuted Lab.
7. NAKAMOTO, S. 2008. Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System. Retrieved from <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>
8. NARAYANAN, A., BONNEAU, J., FELTEN, E., MILLER, A., GOLDFELDER, S. 2016. Bitcoin and Cryptocurrency Technologies: A Comprehensive Introduction. Princeton, NJ: Princeton University Press.
9. SHRIER, D., L. 2020. Basic blockchain. London : Robinson, 182 p. ISBN 978-1-4721-4483-6.
10. TAPSCOTT, D., TAPSCOTT, A. 2018. Blockchain revolution. New York : Portfolio/Penguin, 358 p. ISBN 978-0-241-23786-1.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hodín, z toho:

kombinované štúdium (p, S, K): P-26 hodín

samoštúdium: 50 hodín

Príprava prezentácie aktuálnych tém: 44 hodín

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 101

A	B	C	D	E	FX
69.31	14.85	8.91	0.99	1.98	3.96

Vyučujúci: Ing. Ivan Sedliačik, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 17.04.2023

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_KaKVvP	Názov predmetu: Kvalitatívny a kvantitatívny výskum v podniku
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: písomná skúška z kvalitatívnej časti - 10 bodov písomná skúška z kvantitatívnej časti - 20 bodov b) záverečné hodnotenie: 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.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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.	
Odporúčaná literatúra:	

Odporúčaná literatúra:

1. PUNCH, K. F. 2008. Úspesný 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): 39
samoštúdium: 111

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 143

A	B	C	D	E	FX
23.08	18.18	28.67	17.48	6.99	5.59

Vyučujúci: doc. Ing. Alena Kaščáková, PhD., Mgr. Jarmila Androvičová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.12.2021

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MISaMV	Názov predmetu: MIS a marketingový výskum
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: priebežný test: 0-20 bodov, priebežná práca na zadaných úlohách počas seminárov: 0-45 bodov, spolu: 0-65 bodov b) záverečné hodnotenie: Vypracovanie a prezentácia záverečného projektu marketingového výskumu: 0-35 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.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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): 39
 samoštúdium: 61
 príprava záverečného projektu: 40
 zber údajov v teréne: 10

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 88

A	B	C	D	E	FX
35.23	32.95	18.18	5.68	2.27	5.68

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

Dátum poslednej zmeny: 02.03.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MVaHPnS	Názov predmetu: Makroekonomický vývoj a hospodárska politika na Slovensku (v spolupráci s NBS)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Písomný test - 100 bodov	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: <ol style="list-style-type: none">1. Úvod, aktuálne makroekonomické trendy2. Dlhodobé trendy v ekonomike3. Skúsenosti s menovou integráciou a eurom.4. Kvantitatívne uvoľňovanie vs. inflácia5. Neštandardné menové opatrenia, rovnovážna sadzba6. Moderná fiškálna politika7. Výdavkové stropy, stratégia riadenia dlhu a rómska otázka8. Meranie konsolidácie vo verejných financiách.9. Analýza rozpočtu10. Dôchodková reforma, dlhodobá udržateľnosť11. Hodnota za peniaze	
Odporúčaná literatúra: <ol style="list-style-type: none">1. Mankiw, Gregory N., Taylor, Mark P.: Macroeconomics2. Samuelson, Paul A., Nordhaus, William D.: Ekonómia, 18. vyd.3. Časopisecká literatúra a on-line zdroje podľa tém	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský	
Poznámky - časová záťaž študenta	

120 hodín kombinované štúdium (P, S): 26 samoštúdium: 94					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 42					
A	B	C	D	E	FX
16.67	11.9	11.9	23.81	35.71	0.0
Vyučujúci: Ing. Žaneta Lacová, PhD., Ing. Anna Vallušová, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 07.06.2022					
Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_Makro2	Názov predmetu: Makroekonómia 2
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou ukončenia predmetu je absolvovanie priebežného a záverečného písomného testu a ústnej skúšky. Spolu z obidvoch testov je možné získať 0-50 bodov. Z ústnej skúšky je možné získať 0-50 bodov, t. j. celkovo 100 bodov. Minimálna hranica úspešnosti, a teda podmienka úspešného ukončenia predmetu, je stanovená na 65 bodov. Tieto body študent získa ako súčet bodov za testy a odpoveď na ústnej skúške. a) priebežné hodnotenie: Priebežný písomný test, za ktorý môže študent získať 0-20 bodov, absolvuje v približne polovici semestra z dovedy prebranej látky. b) záverečné hodnotenie: Záverečný písomný test, za ktorý môže študent získať 0-30 bodov, absolvuje v období určenom na skončenie študijných povinností zo zvyšnej časti preberanej látky. Na ústnu časť skúšky sa študent v riadnom termíne prihlasuje v prípade, ak z obidvoch písomných testov získal v súčte minimálne 25 bodov. V prípade, že študent po absolvovaní ústnej skúšky nezískal v súčte bodov za testy a odpoveď na ústnej skúške 65 bodov, absolvuje opravný termín len z ústnej skúšky, za ktorý môže opäť získať 0-50 bodov. Body získané za testy v riadnom termíne zostávajú aj pre opravný termín ústnej skúšky. V prípade, ak študent za testy nezískal aspoň 25 bodov, absolvuje záverečný test pokrývajúci celý rozsah učiva, za ktorý môže získať 0-50 bodov, v opravnom termíne. Ústnej časti hodnotenia sa môže v opravnom termíne zúčastniť len vtedy, ak zo záverečného opravného testu dosiahol minimálne 25 bodov. Minimálna hranica úspešnosti, a teda podmienka úspešného ukončenia predmetu, je stanovená na 65 bodov, ktoré študent získa ako súčet bodov za opravný test a ústnu skúšku. Študent má nárok len na 1 opravný termín (teda buď pri testovej alebo ústnej časti skúšky).	
Výsledky vzdelávania: 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 prehľbuje 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. Menový kurz a platobná bilancia, mechanizmus vyrovnávania vonkajšej ekonomickej nerovnováhy.

Odporúčaná literatúra:

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. Makroekonomie. Středně pokročilý kurz. 3. vyd. Praha : C. H. Beck, 2018. ISBN: 9788074005411.
4. HOLMAN, R. 2018. Makroekonomie. Sbírka řešených otázek a příkladu. Praha : C. H. Beck, 2018. ISBN 9788074007231.
5. SOUKUP, J. POŠTA, V. NESET, P. PAVELKA, T. 2018. Makroekonomie Moderní přístup. Management Press, Praha 2018. ISBN 9788072615377
6. URAMOVÁ, M., PITEKOVÁ, J., PAĽA, 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. Makroekonomie. 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. MANKIW, 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 rozhl'ady, 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): 52

samoštúdium: 83

zber informácií: 15

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 447

A	B	C	D	E	FX
13.2	15.21	18.12	20.58	32.89	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Martin Hronec, PhD., Ing. Ján Kollár, PhD., Ing. Mariana Považanová, PhD., doc. Mgr. et Mgr. Ing. Miroslava Knapková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 09.09.2024

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MI-aj	Názov predmetu: Management of Innovations (Manažment inovácií)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: Development of the innovative project proposal 0 - 30 points, Preliminary presentations 0 - 20 points b) záverečné hodnotenie: Final project and project documentation: 0-50 points In resit exam student corrects innovating project and documentation, points are cummulated with continuous assessment.	
Výsledky vzdelávania: After completion of the course, the student can: 1. determine the intention of the innovative enterprise, 2. develop a business model (BMI) for a innovation project, 3. apply the principles of the innovative projects based on normative or intuitive thinking, 4. apply selected methods and tools of innovation methods based on best value and value analysis, 5. assess the appropriateness of innovative intentions 6. present own innovative BMI to stakeholders.	
Stručná osnova predmetu: 1. Essence of innovation management in the enterprise, definition, differentiation and classification of innovation. 2. Analysis of the life cycle of innovation and successful product. 3. Creative methods in the innovation process. 4. Determining the intentions of innovative products (parameters): method best value. 5. Determining the intentions of innovative products (parameters): value analysis. 6. Business models for innovation 7. Innovative business strategy and forecasting innovation enterprise. 8. Forecasting Methods innovation and predictability. 9. Forms of support innovative development and institutional support of innovations. 10. Development of the project proposal/BMI 11. Preparation of the project documentation/business plan 12. Implementation plan	

13. Assessment and evaluation of the project, its impact and limitations.

Odporúčaná literatúra:

1. GOFFIN, K., Mitchell, R. 2017. Innovation Management: Effective strategy and implementation 3rd Edition. Red Globe Press, 2017. 440 p. ISBN 978-1137373434.
2. ENDE, J. van den. 2021. Innovation Management. Red Globe Press, 2021. 1178 p. ISBN 978-1352012422.
3. ANTHONY, S., D. 2017. The Little Black Book of Innovation, With a New Preface: How It Works, How to Do It. Boston : Harvard Business Review Press, 2017. 320 p. ISBN 978-1633693401
4. TROTT, P. 2011. Innovation Management and New Product Development (5th Edition). New Jersey : Prentice Hall, 2011. ISBN 978-0273736561. 648 s.
5. KEELEY, L., WALTERS, H., PIKKEL, R., QUINN, B., 2013. Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs. Hoboken : Wiley, 2013. 288 p. ISBN 978-1118504246
6. OSTERWALDER, A, PIGNEUR, Y. 2010. Business Model Generation. John Willey&Sons.
7. SLOANE, P. 2017. The leader's guide to lateral thinking skills. 3rd Edition. Kogan page.
8. THEODOULIDES, L., KORMANCOVÁ, G., COLE, D. 2019. Leading in the Age of Innovation: change of values and approaches. NY: Routledge.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English

Poznámky - časová záťaž študenta

150 h

Combined form (Lecture, Seminar, Consultation): 39

self-study: 51

preparation of the project: 20

collection of data : 40

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1

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

Vyučujúci: Ing. Lenka Theodoulides, PhD., MBA

Dátum poslednej zmeny: 01.03.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MK-aj	Názov predmetu: Managerial Communication (Manažérska komunikácia)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: Presentations during two lessons with the use of case studies, simulated situations from work and communication situations of managers: 0 – 50 points (0 – 25 points each). b) záverečné hodnotenie: Oral exam: 0 – 50 points. Credits are assigned to the student who has obtained a minimum of 65 out of 100 points for fulfilling the requirements of the course assessment. Within the resit examination student takes only final evaluation. The points for the continuous evaluation will be kept.	
Výsledky vzdelávania: After completion of the course the student can: 1. create positive personal and working relations on the basis of communication competence, 2. apply and develop basic communication abilities in leading and managing working teams and in solving communication problems, 3. judge and use alternative methods and techniques suitable for conducting business meetings and decision-making, 4. conduct successful negotiations with domestic and foreign partners, 5. assess the differences among national cultures and communication styles according to communication situations, 6. enter into an active interaction with others, use the techniques of effective listening and assertive presentation of his/her own opinions.	
Stručná osnova predmetu: 1. Manager, requirements for his/her personality and specialized skills. Creativity in the work of a manager. Techniques at work of a successful manager. 2. Distinctive characteristics of manager's work in entrepreneurial sphere, time management. Work performance and workload of a manager. 3. Communication in the work of a manager, verbal (oral and written) and non-verbal (mimics, gesticulations, eyes body language, and others), communication event, communication and social situation.	

4. The process of communication, the use of feedback and active listening in communication. Managerial methods. Interview, techniques.
5. Meeting, kinds of meetings, managing the preparation of meetings and their course. Press conference, presentation, discussion.
6. Communication at work. Effective communicating.
7. Synchronous and asynchronous communication.
8. Management of business negotiations.
9. Specific features of intercultural communication in negotiations with foreign partners.
10. Rhetorics in the work of the manager.
11. Preparation and course of public speaking.

Odporúčaná literatúra:

1. BEPPARI, S. 2017. The Fundamentals of Business Communication. www.vpinda.co.in.
2. BUSINESSBALLS. 2017. Johari Window Model and Free Diagrams [online]. Available on the internet: <<https://www.businessballs.com/self-awareness/johari-window-model-and-free-diagrams/>>
3. BUSINESSCULTURE. 2019. International Business Culture and Business Etiquette [online]. Available on the internet: <<https://businessculture.org/>>
4. COVEY, R., S. 2004. The 7 Habits of Highly Effective People. New York : Simon and Schuster, 2004.
5. COVEY, R., S. 2005. The 8th Habit from Effectiveness to Greatness. New York : Simon and Schuster, 2005.
6. FRED, E. J. 2004. Intercultural Communication. California: Sage Publications Inc., 2004. 464 p. ISBN 978-07-619-2899-7.
7. GRIFFIN, E., LEDBETTER, A., SPARKS, G. 2014. A FirstLook at Communication Theory (Conversations with Communication Theorists). 9. edition. McGraw-Hill Education. 560 p. ISBN 978-00-735-2392-7.
8. HALL, E. T., HALL, M. R. 2000. Understanding cultural differences. Yarmouth : Intercultural Press, 2000. 224 p. ISBN 978-1-8778-6407-0.
9. JANDT, F. E. 2010. An Introduction to Intercultural Communication Identities in a Global Community. Fifth edition. California : Sage Publications. 2010. 374 p. ISBN 978-1-4129-7010-5.
10. KRISHNAMACHARYULU, C.S.G., RAMAKRISHNAN, L. 2008. Business Communication. Mumbai: Himalaya Pub. House, 2009. 386 p. ISBN 978-81-848-8567-5.
11. LLOPIS-LORENTE, A., et al. 2017. Interactive models of communication at the nanoscale using nanoparticles that talk to one another. In Nature Communication. [online]. [cit. 2020-06-01]. Available on the internet: <<https://www.nature.com/articles/ncomms15511>>
12. LOCKER, K. O., KIENZLER, D. 2014. Business and Administrative Communication. Boston: Irwin McGraw-Hill, 2014. 768 p. ISBN 978-00-734-0325-0.
13. LUNENBURG, F. C. 2010. Communication: The Process, Barriers, And Improving Effectiveness. Schooling Volume 1. Number 1. 2010. [online]. [cit. 2020-19-02]. Available on the internet: <https://www.mcgill.ca/engage/files/engage/communication_lunenburg_2010.pdf>
14. MARTIN, J., FELLEENZ, M. 2010. Organizational behaviour & Management. 4th edition. Hampshire : Cengage Learning EMEA, 2010. 642 p. ISBN 978-1-4080-1812-5.
15. MINKOV, M. 2007. What makes us different and similar: A new interpretation of the world values survey and other cross-cultural data. Sofia : Klasika Stil Publishing House. 2007. 240 p. ISBN 978-954-327-023-1.
16. Thomas, D. C., Lazarova, M. B. 2014. Essentials of International Human Resource Management. Managing People Globally. Los Angeles/London : SAGE Publications, 2014.
17. SMEREK, L., VETRÁKOVÁ, M.. 2020. Managerial Communication. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB. 154 p. ISBN 978-80-557-1769-2.

18. SMEREK, L., VETRÁKOVÁ, M. 2021. Organization of managerial work. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB. 106 p. ISBN 978-80-557-1859-0.
 19. WATSON, T., J. 2005. Organising and Managing Work. Harlow : Prentice Hall, 2005.
 20. WOOD, J. 2012. Communication Mosaics: An Introduction to the Field of Communication. Wadsworthseries in communication studies. Cengage Learning. 2007. 432 p. ISBN 978-0495-794-158.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English

Poznámky - časová záťaž študenta

150 hours, within that:

combined study (lecture, seminar, consultation): 39

self-study: 49

preparation of presentation, simulated communication situations, skits : 31

practicing of communication competences and managerial methods: 31

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1

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

Vyučujúci: 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

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MIFEU	Názov predmetu: Manažment implementácie fondov EÚ
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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. a) priebežné hodnotenie: Spracovanie semestrálneho zadania v priebehu výučbovej časti semestra a jeho prezentácia: 0-100 bodov b) záverečné hodnotenie: neuplatňuje sa	
Výsledky vzdelávania: 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+.	
Stručná osnova predmetu: 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

Celkový počet hodnotených študentov: 90

A	B	C	D	E	FX
85.56	4.44	8.89	0.0	1.11	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Radoslav Kožiak, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 30.09.2024

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MI	Názov predmetu: Manažment inovácií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: Návrh inovačného zámeru : 0-20 bodov Čiastkové prezentácie počas seminárov: 0 – 30 bodov b) záverečné hodnotenie: Prezentácia vlastného inovačného projektu, projektová dokumentácia: 0-50 bodov V opravnom termíne študent opravuje inovačný projekt a dokumentáciu, body za priebežné hodnotenie sa prenášajú.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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.	
Odporúčaná literatúra:	

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): 39
 Samoštúdium: 51
 Príprava projektu: 20
 Zber údajov: 40

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 81

A	B	C	D	E	FX
12.35	37.04	22.22	19.75	7.41	1.23

Vyučujúci: Ing. Lenka Theodoulides, PhD., MBA

Dátum poslednej zmeny: 01.03.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MR	Názov predmetu: Manažment rizika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: písomný test (50 bodov) z tematických celkov prvej polovice semestra b) záverečné hodnotenie: písomný test (50 bodov) z tematických celkov druhej polovice semestra 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 – 100 bodov) zo všetkých tematických celkov. Pre úspešné absolvovanie predmetu v opravnom termíne musí študent získať aspoň 65 bodov.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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): 39 hod.

Samoštúdium literatúry: 76 hod.

Riešenie zadaných príkladov a príprava na testy: 35 hod.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 83

A	B	C	D	E	FX
9.64	7.23	24.1	21.69	31.33	6.02

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

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MVsZ	Názov predmetu: Manažment vzťahov so zákazníkmi
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: Príprava a spracovanie semestrálnej práce a jej prezentácia: 0-30 bodov Aktívna účasť na seminároch a v diskusiách, riešenie prípadových štúdií, zadaní, účasť na výskumných úlohách: 0 – 10 bodov b) záverečné hodnotenie: 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.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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.	
Odporúčaná literatúra:	

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 zákazníkum. 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): 39
 samoštúdium: 60
 semestrálna práca – príprava, prezentácia výsledkov: 40
 zber informácií: 11

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 156

A	B	C	D	E	FX
26.28	27.56	24.36	16.67	5.13	0.0

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

Dátum poslednej zmeny: 02.03.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MK	Názov predmetu: Manažérska komunikácia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: 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) záverečné hodnotenie: Záverečné hodnotenie pre všetky formy štúdia: 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.	
Výsledky vzdelávania: 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, využíva techniky efektívneho počúvania a asertívneho prezentovania svojich názorov.	
Stručná osnova predmetu: 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): 39

samoštúdium: 49

príprava prezentácie, simulovaných komunikačných situácií, scénok k téme: 31

nácvik komunikačných kompetencií a manažérskych metód: 31

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 121

A	B	C	D	E	FX
31.4	34.71	24.79	4.96	3.31	0.83

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

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MIS	Názov predmetu: Manažérske informačné systémy
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie 2 praktických testov z oblasti MIS. a) priebežné hodnotenie: praktický test 1: 50 bodov b) záverečné hodnotenie: praktický test 2: 50 bodov	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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 dolování 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. 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): 26,
samoštúdium: 66,
samostatné riešenie domácich úloh: 28.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 44

A	B	C	D	E	FX
79.55	13.64	4.55	0.0	0.0	2.27

Vyučujúci: Ing. Jolana Gubalová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.11.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MZPvVS	Názov predmetu: Manažérske zručnosti pracovníkov vo verejnom sektore
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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. a) priebežné hodnotenie: aktívna účasť na seminároch a plnenie priebežne zadaných úloh (max. 40 bodov) b) záverečné hodnotenie: spracovanie projektu na tému stanovenú v úvode semestra (max. 40 bodov) + prezentácia projektu (max. 20 bodov)	
Výsledky vzdelávania: Študent 1. Použije poznatky o kompetenčných profiloch pracovníkov vo verejnom sektore, s dôrazom na profily v neziskových organizáciách, na zorientovanie sa v ponuke práce na jednotlivé pozície, 2. Je schopný využívať základy tzv. mäkkých zručností (popísané v osnove predmetu) a vie využívať najmä zásady projektového manažmentu v NO, tímovej práce, časového manažmentu, prezentácie a komunikácie. 3. Poznatky aplikuje pri tvorbe vlastného projektu podľa praxe. 4. Dokáže posúdiť kvalitu manažmentu NO. 5. Hodnotí jednotlivé zručnosti a kompetencie s ohľadom na konkrétnu pozíciu. 6. Vytvorí projekt - grantovú žiadosť v NO, vrátane rozpočtu a naplánovania propagácie projektu.	
Stručná osnova predmetu: Efektívny výkon pracovníkov v NO - efektívna činnosť a fungovanie NO, základné kompetenčné profily (riaditeľ, projektový manažér, finančný manažér/ekonom, fundraiser, marketingový manažér...). Efektívna komunikácia - zložky komunikácie a ich efektívne využívanie, zásady diskusie a facilitácie, aktívne počúvanie. Tímová práca - štruktúra a identita tímu, vývinové fázy skupiny, formovanie tímu, procesy tvorby skupinovej/tímovej/organizačnej kultúry. Motivácia - pozitívna a negatívna motivácia, motivácia pracovníkov a dobrovoľníkov, motivácia členov tímu, základné pravidlá motivácie. Časový manažment - Pareto pravidlo, prioritizácia úloh, Eisenhowerova metóda – kvadrant, plánovanie, stanovovanie cieľov a vízií, delegovanie úloh. Projektový manažment - fázy projektového cyklu, strom príčin a následkov, Laswellov model,	

štúdiá uskutočniteľnosti projektu, rozpočet projektu, propagácia projektu. Riešenie problémov a konfliktov - príčiny vzniku konfliktov, nástroje a stratégie na včasnú identifikáciu a riešenie konfliktov. Prezentačné zručnosti - prezentačné techniky, zásady dobrej prezentácie, vystupovanie na verejnosti. Osobnostný rozvoj - celoživotné učenie sa, sebzdokonaľovanie, formálne a neformálne vzdelávanie, informálne učenie sa. Krízový manažment a risk manažment - monitorovanie rizikových činiteľov. Prevencia vzniku krízových situácií, plánovanie, organizovanie, uskutočňovanie a kontrolu činností.

Odporúčaná literatúra:

1. KOLEKTÍV. 2012. Sborník souhrnných pozic v nestatních neziskových organizacích. Praha : 1. vydání, 2012. ISBN 978-80-87449-37-0.
2. BENČO, J. - KUVÍKOVÁ, H. a kol. 2011. Ekonomika verejných služieb. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, 2001. 334 s. ISBN 978-80-557-0323-7.
3. DRUCKER, P.: Managing the Non-Profit Organization: Practices & Principles. Diane Pub Co; 1998. ISBN: 0788153315
4. KOLEKTÍV AUTOROV. 2000. Čítanka pre pokročilé neziskové organizácie. Centrum prevencie a riešenia konfliktov, Partners for Democratic Change – Slovakia, 2000. ISBN 80–968095–3–9.
5. MIHÁLIK, J. 2006. Strategický manažment mimovládnych neziskových organizácií. PDCS, 2006, 60 s.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, český

Poznámky - časová záťaž študenta

180 h

kombinované štúdium (P, S, K): 68

samoštúdium: 52

príprava a prezentácia témy: 20

príprava projektu: 40

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 83

A	B	C	D	E	FX
63.86	26.51	6.02	3.61	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Mária Murray Svidroňová, PhD., Ing. Katarína Sýkorová, PhD., Ing. Filip Flaška, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 07.06.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_ManKv	Názov predmetu: Manažérstvo kvality
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: vypracovanie dokumentácie systému manažérstva kvality podľa požiadaviek referenčnej normy ISO 9001: 0-40 bodov b) záverečné hodnotenie: 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.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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 manažérstva kvality podľa ISO 9001:2015 a jeho audity 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): 39 hod.
samoštúdium: 45 hod.,
riešenie konkrétnych zadaní: 36 hod.,
príprava a prezentácia dokumentačného systému a jeho audit: 30 hod.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 73

A	B	C	D	E	FX
17.81	28.77	35.62	9.59	8.22	0.0

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

Dátum poslednej zmeny: 25.10.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MarKomDi-aj	Názov predmetu: Marketing Communication in Digital Era (Marketingová komunikácia v digitálnej dobe)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: Active participation in solving the assigned tasks during seminars: 0-20 points; written test: 0-20 points b) záverečné hodnotenie: Semester paper and its defense: 0-60 points The number of points to be earned for continuous and final assessment is 100 on the grading scale. Credits are assigned to the student who has obtained a minimum of 65 out of 100 points for fulfilling the requirements of the course assessment. Within resit examination, student repeats that part(s) of the assessment (test or seminar paper) in which he/she gained lowest number of points, to achieve the final sum of at least 65 points.	
Výsledky vzdelávania: After completion of the course the student: 1. understands principles of integrated marketing communication and recognizes its offline and online tools and channels 2. is able to suggest suitable form and choose relevant tools of communication according to the character of the target market, type of product, the stage of its life cycle and in relation to company's aims and resources 3. applies new digital trends in creation marketing communication strategy 4. measures effects of marketing communication and provides feedback for further decision-making 5. adopts systematic approach, team work and intercultural competences and creative thinking in solving problems 6. demonstrates comprehensible communication skills in presenting and defending own solutions.	
Stručná osnova predmetu: 1. Integrated marketing communication and its individual components and forms. Process and phases of marketing communication. Creation of strategy, target market/audience, setting communication objectives. 2. Traditional tools of marketing communication: Advertising, Public relations, sponsorship and corporate identity, Personal sale, trade fairs and exhibitions, Sales promotion, merchandizing. Direct marketing.	

3. Measurement of effectiveness and efficiency in marketing communication.
4. New alternative forms of marketing communication and tools in online/digital marketing: product placement, guerilla marketing, flash mob marketing, word-of-mouth, viral and mobile marketing, buzzmarketing, ambush marketing, affiliate and influencer marketing, SEO (on-page, off-page), SEM, PPC, content marketing, blogs, email marketing, social media marketing.
5. Google Analytics, Google Ads, Hotjar, UX.
6. Legislative and ethical principles and concerns in marketing communication.

Odporúčaná literatúra:

Recommended literature:

1. SMITH, P. R. - ZOOK, Z. 2019. Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies. Kogan Page: 2019. 672 s. ISBN 0749498641
2. RYAN, D. 2020. Understanding Digital Marketing: A complete Guide to Engaging Customers and Implementing Successful Digital Campaigns. Kogan Page: 2020. 448 s. ISBN 1789666015
3. SERNOVITZ, A. - KAWASAKI, G. - GODIN, S. 2015. Word of Mouth Marketing. PressBox: 2015. 217 s. ISBN 9780983429036
4. SCOTT, D. M. 2020. The New Rules of Marketing and PR. John Wiley & Sons: 2020. 448 s. ISBN 1119651549
5. ANDREWS, C. 2013. Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. Delmar Cengage Learning: 2013. 752 s. ISBN 9781111580216
6. OGILVY, D. 2007. Ogilvy on Advertising. Welbeck Publishing Group: 2007, 224 s. ISBN 1853756156
7. LEVINSON, J. C. 2007. Guerilla Marketing. Piatkus. 2007. 384 s. ISBN 9780749928117
8. NASH, E. 2000. Direct Marketing: Strategy, Planning, Execution. McGraw-Hill: 2000. ISBN 9780071352871

Additional readings:

BUDINSKÝ, M. - TÁBORECKÁ - PETROVIČOVÁ, J. 2019. Perception of Product Placement Usage by Slovak Consumers. In Marketing science & inspirations. Bratislava : Univerzita Komenského, 2019. ISSN 1338-7944. - online, Vol. 14, No. 1, 2019, p. 1-10

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. Skopje: International Academic Institute, 2020. ISBN 978-608-4881-07-0. p. 5-20.

Case studies and lectures from <https://hstalks.com/category/769/marketing-sales/?business> (key words: digital, online, marketing communication)

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English

Poznámky - časová záťaž študenta

150 hours

Combined form (Lecture, Seminar, Consultation): 39

self-study: 60

preparation of the project: 40

collection of data in company, field research: 11

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1

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

Vyučujúci: doc. Ing. Janka Táborecká, PhD., doc. Ing. Katarína Vitálišová, PhD.
--

Dátum poslednej zmeny: 02.03.2022
--

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MISaMV-aj	Názov predmetu: Marketing Information System and Marketing Research (MIS a marketingový výskum)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: Written test: 0-20 points; continuous work on assigned tasks during seminars: 0-39 points; additional task: 0-6 points; total: 0-65 points b) záverečné hodnotenie: Elaboration and presentation of the final project of marketing research: 0-35 points The number of points to be earned for continuous and final assessment is 100 on the grading scale. Credits are assigned to the student who has obtained a minimum of 65 out of 100 points for fulfilling the requirements of the course assessment. Within resit examination, student repeats that part(s) of the assessment (test or seminar paper) in which he/she gained lowest number of points, to achieve the final sum of at least 65 points.	
Výsledky vzdelávania: After completion of the course the student: 1. knows and uses marketing information systems in enterprises and new trends in this field, 2. evaluates accessible data from the point of view of their applicability, and identifies information needs in marketing of an enterprise 3. can obtain, process, evaluate and use information in the process of marketing decision-making, and present the results effectively, 4. can create a plan of marketing research in analyzing a problem, and choose suitable research approaches, 5. applies relevant mathematical-statistical methods in data analysis, 6. acquires exact and at the same time creative approach to solving problems of marketing practice, with the emphasis on team work and ethical principles.	
Stručná osnova predmetu: 1. Importance, basis and types of information. MIS as a part of corporate information system, its technological support. Individual components of MIS. 2. Theoretical definition of marketing research, its areas and benefits in managerial decision-making. Individual steps of marketing research and ethical aspects.	

3. Determining research problem, sources of data, techniques of data collection (observation, interview, experiment), contact methods. Primary sources obtained through qualitative research. Primary sources obtained through quantitative research – rules for creating a questionnaire, scaling techniques.
4. Techniques of choosing a sample, conducting a field research, data collection, data coding and data control.
5. Analysis, processing, and interpretation of data. Principles of testing the hypotheses.
6. Presentation of research results, their further distribution and use in a decision-making process.
7. Use of modern technologies in MIS, new trends and ethical principles in data collection and utilisation (neuromarketing, biometric technologies, online tools).

Odporúčaná literatúra:

1. ESTEBAN – BRAVO, M. - VIDAL-SANZ, J. M. 2021. Marketing Research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches. Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/9781108874748
2. BRADLEY, N. 2013. Marketing Research. Oxford University Press, 2013. 527s. ISBN 9780199655090
3. HUŽVÁR, M., LACO, P. 2013. Information Technologies in Business. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2013. ISBN 978-80-557-0557-6.
4. KEEGAN, S. 2009. Market Research in Practice. Good Decision-Making through Understanding People, Cultures and Market. Kogan Page, 2009. ISBN 978-0-7494-5464-7
5. BRACE, I. 2008. Questionnaire Design: How to Plan, Structure and Write Survey Material for Effective market research, Kogan Page, 2008. ISBN 970-0-74946-7791
6. BURNS, A. C. BUSH, R. F.: Basic Marketing Research. Using Microsoft Excel Data Analysis - 2nd Edition, Prentice Hall, 2007. ISBN 978-0-1350-78228
7. KOLB, B.: Marketing Research. A Practical Approach, Sage Publications, 2008.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English

Poznámky - časová záťaž študenta

150 hours

Combined form (Lecture, Seminar, Consultation): 39

self-study: 61

preparation of the final project: 40

collection of data: 10

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1

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

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

Dátum poslednej zmeny: 03.03.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MarSI	Názov predmetu: Marketing služieb
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: vypracovanie a prezentácia semestrálnej práce, zameranej na aplikácie marketingového mixu v službách: 0 - 30 bodov, priebežná práca v skupinách na riešení prípadových štúdií v oblasti služieb - prípadové štúdie: 0 - 20 bodov b) záverečné hodnotenie: písomná skúška: 0 - 50 bodov V opravnom termíne študent opakuje len písomnú skúšku. Body získané za ďalšie priebežné povinnosti (semestrálna práca, prípadové štúdie) sa mu započítajú do celkového hodnotenia.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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, L., 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): 39 hod.,

samoštúdium: 50 hod.,

príprava prípadovej štúdie: 31 hod.,

semestrálna práca: 30 hod.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 87

A	B	C	D	E	FX
91.95	8.05	0.0	0.0	0.0	0.0

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

Dátum poslednej zmeny: 02.03.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MarKom	Názov predmetu: Marketingová komunikácia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: a) aktívna účasť na riešení zadaní na hodine: 0-20 bodov b) priebežný písomný test: 0-20 bodov b) záverečné hodnotenie: Obhajoba seminárnej práce.: 0-60 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.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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): 39 hod.,

samoštúdium: 60 hod.,

príprava projektu: 40 hod.,

zber informácií: 11 hod.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 60

A	B	C	D	E	FX
56.67	23.33	15.0	5.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Ing. Janka Táborecká, PhD., doc. Ing. Katarína Vitálišová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 03.03.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MFM-e	Názov predmetu: Medzinárodný finančný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: seminárna práca a jej prezentácia: 20 % b) záverečné hodnotenie: záverečný test: 80 %	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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.	
Odporúčaná literatúra: 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 Ekónómia. 483 s. ISBN 978-80-8078-299-3.

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

Poznámky - časová záťaž študenta

150 hodín, z toho:

- kombinované štúdium (P, S, K): 39 hodín (1/2)
- samoštúdium: 60 hodín
- príprava projektu: 25 hodín
- zber informácií: 11 hodín
- príprava na obhajobu písomnej práce: 15 hodín

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 19

A	B	C	D	E	FX
36.84	10.53	26.32	5.26	15.79	5.26

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

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_MMaM	Názov predmetu: Medzinárodný manažment a marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: Aktívna účasť na seminároch: 0 - 30 bodov Esej: 0 - 30 bodov b) záverečné hodnotenie: Písomný test: 0 - 40 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.	
Výsledky vzdelávania: 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 analýzách 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.	
Stručná osnova predmetu: 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): 52

samoštúdium: 68

príprava projektu: 30

zber informácií: 30

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 286

A	B	C	D	E	FX
2.1	10.14	27.27	24.13	33.22	3.15

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

Dátum poslednej zmeny: 03.03.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_NZK	Názov predmetu: Nástroje zabezpečovania kvality
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: a) Priebežné hodnotenie - Riešenie problémov na seminároch (80 b) b) záverečné hodnotenie: b) Záverečné hodnotenie - Záverečný test (20 B)	
Výsledky vzdelávania: Študent: 1. je schopný používať základné nástroje zabezpečovania kvality. 2. dokáže riešiť základné, ale aj viac komplexné problémy v podniku pomocou vybraných nástrojov. 3. vie pracovať systematicky a uplatniť jednotlivé metódy v čiastkových procesoch riadenia kvality. 4. vie kriticky myslieť a aplikovať získané poznatky v podnikoch s rôznym odvetvovým zameraním.	
Stručná osnova predmetu: Všeobecná klasifikácia metód. Štruktúra metód, nástrojov a techník manažérstva kvality. Pomocné metódy. Rozhodovanie metódy. Sedem základných nástrojov kvality. Tvorivé metódy. Plánovacie metódy. Porovnávacie metódy. Metódy riadenia rizika. Analyticko-syntetické metódy. Prístupy k riešeniu problémov.	
Odporúčaná literatúra: 1) MADZÍK, P. 2017. Nástroje systematického riešenia problémov. Ružomberok : Vydavateľstvo VERBUM, 2017. 157 s. ISBN 978-80-561-0478-1. 2) TEREK, M. 2004. Štatistické riadenie kvality. Bratislava : Wolters Kluwer, 2004. 234 s. ISBN 8089047971.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský	
Poznámky - časová záťaž študenta 120 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, K): 26 hod. samoštúdium (štúdium odbornej literatúry): 46 hod. riešenie prípadových štúdií: 50 hod.	

Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov: 32					
A	B	C	D	E	FX
53.13	15.63	9.38	9.38	12.5	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Denisa Malá, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 26.10.2022					
Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_ODIPV-aj	Názov predmetu: Open Data and its Practical Application (Otvorené dáta a ich praktické využitie)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: absolvovanie priebežných zadaní počas semestra a výskumu v požadovanom rozsahu – 50 bodov b) záverečné hodnotenie: spracovanie seminárnej práce a jej prezentácia s využitím aktivizujúcich foriem výučby: – 50 bodov Počas prezentácií a následných diskusií sa uplatní aj vzájomné hodnotenie (spätná väzba) medzi študentmi navzájom s povinnosťou formulovania dobre mienenej konštruktívnej kritiky, či vhodnej pochvaly. 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.	
Výsledky vzdelávania: Študent <ol style="list-style-type: none"> 1. aplikuje teoretické východiská v riešení konkrétnych problémových oblastí otvorených dát, 2. posúdi danú problematiku v jej celistvom kontexte na národnej a medzinárodnej úrovni, ako aj v kontexte výziev spojených s rozvojom spoločnosti, 3. hodnotí ťažiskové otázky využitia a zhodnotenia otvorených dát vo verejnom , súkromnom a neziskovom sektore, 4. použije aktuálne výskumné trendy v oblasti otvorených dát, 5. vytvorí samostatnú odbornú-vedeckú prácu na vybraný problém prostredníctvom otvorených dát. 	
Stručná osnova predmetu: Vymedzenie základných pojmov. Otvorené dáta a atribúty kvalitných dát. Praktické využitie otvorených dát vo verejnom, súkromnom a neziskovom sektore. Koncept a proces zverejňovania dát v súlade s GDPR. Technické a licencovateľné štandardy pre zverejňovanie dát. Vhodnosť dát pre ich zverejňovanie z pohľadu obsahu a dopadu. Súčasný stav zverejňovania dát, kvality a počtu zverejňovaných datasetov na Slovensku a v zahraničí. Povinné a nepovinné zverejňovanie dát. Portály pre zverejňovanie dát na lokálnej, regionálnej, národnej a medzinárodnej úrovni. Príklady opan data aplikácií a dobrej praxe s otvorenými dátami. Dôležitosť spolupráce subjektov pri zverejňovaní dát. Platformy pre vizualizovanie otvorených dát. Vizualizácia otvorených dát prostredníctvom Microsoft Power BI.	

Odporúčaná literatúra:

1. Charalabidis, Y., Zuiderwijk, A., Alexopoulos, Ch., Janssen, M., Lampoltshammer, T., & Ferro, E. (2019). The World of Open Data: Concepts, Methods, Tools and Experiences. Springer.
2. Van Loenen, B., Vancauwenberghe, G., Crompvoets, J., & Dalla Corte, L. (2018). Open data exposed. TMC Asser Press.
3. Davies, T., Walker, S. B., Rubinstein, M., & Perini, F. (2019). The state of open data: Histories and horizons. Open Data for Development Network. African Minds Cape Town.
4. Open Data Handbook. Dostupné na: <https://opendatahandbook.org/>
5. Vyhláška ÚPVII SR č. 78/2020 Z.z. o štandardoch pre informačné technológie verejnej správy. Dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2020/78/20200501.html>
6. Smernica Magistrátu Hlavného mesta SR Bratislavy o dátovej politike. Dostupné na: <https://opendata.bratislava.sk/page/data>
7. Všeobecné nariadenie o ochrane osobných údajov (GDPR). Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/SK/legal-content/summary/general-data-protection-regulation-gdpr.html>
8. Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/1024 z 20. júna 2019 o otvorených dátach a opakovanom použití informácií verejného sektora. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX:32019L1024>
9. Otvorené dáta v regiónoch Slovenska – projektové aktivity. Operačný program Efektívna verejná správa. Alvaria, o.z.. Dostupné na: <https://www.alvaria.sk/>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

anglický

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hod., z toho:

kombinované štúdium (P, S, K): 26 hod.

samoštúdium: 70 hod.

príprava projektu: 24 hod.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 3

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

Vyučujúci: doc. Ing. Katarína Vitálišová, PhD., prof. Ing. Anna Vaňová, PhD., doc. Ing. Kamila Borseková, PhD., Ing. Mgr. Mária Vavrúšová**Dátum poslednej zmeny:** 15.03.2024**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_ODIPV	Názov predmetu: Otvorené dáta a ich praktické využitie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: absolvovanie priebežných zadaní počas semestra a výskumu v požadovanom rozsahu – 50 bodov b) záverečné hodnotenie: spracovanie seminárnej práce a jej prezentácia s využitím aktivizujúcich foriem výučby: – 50 bodov Počas prezentácií a následných diskusií sa uplatní aj vzájomné hodnotenie (spätná väzba) medzi študentmi navzájom s povinnosťou formulovania dobre mienenej konštruktívnej kritiky, či vhodnej pochvaly. 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.	
Výsledky vzdelávania: Študent 1. aplikuje teoretické východiská v riešení konkrétnych problémových oblastí otvorených dát, 2. posúdi danú problematiku v jej celistvom kontexte na národnej a medzinárodnej úrovni, ako aj v kontexte výziev spojených s rozvojom spoločnosti, 3. hodnotí ťažiskové otázky využitia a zhodnotenia otvorených dát vo verejnom , súkromnom a neziskovom sektore, 4. použije aktuálne výskumné trendy v oblasti otvorených dát, 5. vytvorí samostatnú odbornú-vedeckú prácu na vybraný problém prostredníctvom otvorených dát.	
Stručná osnova predmetu: Vymedzenie základných pojmov. Otvorené dáta a atribúty kvalitných dát. Praktické využitie otvorených dát vo verejnom, súkromnom a neziskovom sektore. Koncept a proces zverejňovania dát v súlade s GDPR. Technické a licencovateľné štandardy pre zverejňovanie dát. Vhodnosť dát pre ich zverejňovanie z pohľadu obsahu a dopadu. Súčasný stav zverejňovania dát, kvality a počtu zverejňovaných datasetov na Slovensku a v zahraničí. Povinné a nepovinné zverejňovanie dát. Portály pre zverejňovanie dát na lokálnej, regionálnej, národnej a medzinárodnej úrovni. Príklady opan data aplikácií a dobrej praxe s otvorenými dátami. Dôležitosť spolupráce subjektov pri zverejňovaní dát. Platformy pre vizualizovanie otvorených dát. Vizualizácia otvorených dát prostredníctvom Microsoft Power BI.	

Odporúčaná literatúra:

1. Charalabidis, Y., Zuiderwijk, A., Alexopoulos, Ch., Janssen, M., Lampoltshammer, T., & Ferro, E. (2019). The World of Open Data: Concepts, Methods, Tools and Experiences. Springer.
2. Van Loenen, B., Vancauwenberghe, G., Crompvoets, J., & Dalla Corte, L. (2018). Open data exposed. TMC Asser Press.
3. Davies, T., Walker, S. B., Rubinstein, M., & Perini, F. (2019). The state of open data: Histories and horizons. Open Data for Development Network. African Minds Cape Town.
4. Open Data Handbook. Dostupné na: <https://opendatahandbook.org/>
5. Vyhláška ÚPVII SR č. 78/2020 Z.z. o štandardoch pre informačné technológie verejnej správy. Dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2020/78/20200501.html>
6. Smernica Magistrátu Hlavného mesta SR Bratislavy o dátovej politike. Dostupné na: <https://opendata.bratislava.sk/page/data>
7. Všeobecné nariadenie o ochrane osobných údajov (GDPR). Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/SK/legal-content/summary/general-data-protection-regulation-gdpr.html>
8. Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/1024 z 20. júna 2019 o otvorených dátach a opakovanom použití informácií verejného sektora. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX:32019L1024>
9. Otvorené dáta v regiónoch Slovenska – projektové aktivity. Operačný program Efektívna verejná správa. Alvaria, o.z.. Dostupné na: <https://www.alvaria.sk/>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hod., z toho:

kombinované štúdium (P, S, K): 26

samoštúdium: 70

príprava projektu: 24

Hodnotenie predmetov

Nový predmet

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

Vyučujúci: doc. Ing. Katarína Vitálišová, PhD., prof. Ing. Anna Vaňová, PhD., doc. Ing. Kamila Borseková, PhD., Ing. Mgr. Mária Vavrúšová**Dátum poslednej zmeny:** 21.03.2024**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_PLog	Názov predmetu: Podniková logistika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: vypracovanie a prezentácia projektu: 40 bodov b) záverečné hodnotenie: písomná skúška: 60 bodov V opravnom termíne študent opravuje písomnú časť skúšky. Body získané za seminárnu prácu sa mu pripočítajú k písomnému testu.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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.					
Odporúčaná literatúra:					
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.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:					
slovenský					
Poznámky - časová záťaž študenta					
180 hod.					
kombinované štúdium (P, S, K): 52 hod.(2/2)					
samoštúdium: 70 hod.					
zber informácií: 28 hod.					
príprava a prezentácia projektu: 30 hod.					
Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov: 214					
A	B	C	D	E	FX
46.73	34.11	14.02	2.34	1.4	1.4
Vyučujúci: doc. Ing. Denisa Malá, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 02.03.2022					
Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_PrM-aj	Názov predmetu: Project Management (Projektový manažment)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: elaboration of a project and its presentation during seminars or elaboration of practically oriented tasks during seminars or individually: 0-50 points b) záverečné hodnotenie: Written exam: 0-50 points Number of points earned for continuous and final evaluation to correspond to 100% on the grading scale. Passing grades are received for students who have obtained over 65% in the final assessment. In the reseat exam the student needs to pass only a written exam, the points gained during seminars will be added to his/her final assessment.	
Výsledky vzdelávania: After completion of the course, the student can: <ol style="list-style-type: none">1. define project objectives and develop a detailed project schedule in the form of a project plan,2. create a hierarchical structure of project activities, project timetable, and resources for the project, in an application software to support project management,3. apply the principles of teamwork in creating and managing project teams,4. apply selected methods and tools to project management with optimization of the project activities,5. assess the degree of risk associated with the project and assess the progress of the project,6. evaluate the feasibility of the project before its implementation.	
Stručná osnova predmetu: <ol style="list-style-type: none">1. Introduction to project management.2. Project management terms and definitions.3. Project management standards.4. Certification of project managers.5. Classification of projects and project life cycle.6. Project goals and project planning.7. Project implementation and organization of project activities.8. Controlling and managing project risks.	

9. Project funding.
10. Project documentation.
11. Project manager.
12. Project team.
13. Project success and failure.

Odporúčaná literatúra:

1. WYSOCKI, R. 2019. Effective Project Management. Indianapolis: Wiley Publishing, 2019. 656 s. ISBN 9781119562801.
2. DALCHER, D. 2019. Leading the Project Revolution. Abingdon: Routledge, 2019. 226 s. ISBN 9780367731724
3. HEAGNEY, J. 2018. Fundamentals of Project Management. NY: Harper Collins Focus, 2018. ISBN 9780814437360
4. DIONISIO, C.S. 2018. A Project Manager's Book of Tools and Techniques. NY : Wiley Publishing, 2018. ISBN 978-1-119-42396-6.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English

Poznámky - časová záťaž študenta

150 h

Combined form (Lecture, Seminar, Consultation): 39

self-study: 60

preparation of the project: 31

collecting information: 20

Hodnotenie predmetov

Nový predmet

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

Vyučujúci: Ing. Ivana Kuráková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 03.03.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_PrM	Názov predmetu: Projektový manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: vypracovanie projektu a jeho prezentácia, resp. vypracovanie prakticky orientovaných úloh: 0-20 bodov b) záverečné hodnotenie: Písomná skúška: 0-80 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 časť písomná skúška. Body získané za vypracovanie projektu alebo zadaných úloh sa mu pripočítajú do konečného hodnotenia.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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): 39
samoštúdium: 50
príprava projektu/úloh: 41
zber informácií: 20

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 169

A	B	C	D	E	FX
56.8	20.71	11.24	5.92	4.14	1.18

Vyučujúci: Ing. Ivana Kuráková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 03.03.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_PszCR2	Názov predmetu: Prípadové štúdie z cestovného ruchu 2
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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. a) priebežné hodnotenie: Spracovanie a riešenie prípadovej štúdie a jej prezentácia (0-60 bodov). b) záverečné hodnotenie: Písomný test (0-40 bodov).	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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

Odporúčaná literatúra:

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.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský.

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hodín:

kombinované štúdium (P, S, K): 30

samoštúdium: 38

príprava prípadovej štúdie: 52

Hodnotenie predmetov

Nový predmet

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

Vyučujúci: doc. Ing. Tomáš Gajdošík, PhD., Ing. Zuzana Gajdošíková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 07.06.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_PSYCHTRH	Názov predmetu: Psychológia trhu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: Písomné spracovanie úloh, zadaných k jednotlivým témam – 0- 20 bodov, projekt musí študent odovzdať do termínu, ktorý stanoví na začiatku semestra vyučujúci. Za nedodržanie termínu študent stráca z hodnotenia 5 bodov. Prezentácia projektu na seminári: 0 - 20 bodov. Spolu: 0 - 40 bodov b) záverečné hodnotenie: Písomný test - 60 bodov. Počet bodov získaný za priebežné a záverečné hodnotenie je 100 (minimálne musí študent dosiahnuť 65 bodov.) alebo možnosť realizácie projektu pre prax – 100 bodov, pozostávajúci z priebežne plnených písomných úloh.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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.	

Odporúčaná literatúra:

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. CHADT, K. 2017 Psychologie trhu v obchodu a službách. Praha : Press 21. 100s. ISBN 978-80-905181-9-3
5. KAHNEMAN, D. 2012. Myšlení rychlé a pomalé. Brno: Jan Mevil Publishing
6. KOMÁRIK E. (Ed.) 2009. : Reziliencia. Bratislava UK, 2009. ISBN 978-80-223-2729-9
7. LIESKOVSKÁ, V.; GAZDA, V. RIMARČÍK, M. 2005. Spotrebiteľské správanie na trhu bezhotovostného platobného styku. Bratislava: EKONOM.
8. RIEGEL, K. 2007. Ekonomická psychologie. Praha: Grada. ISBN: 8024711850
9. RUISEL, I. 2004. Inteligencia a myslenie. Bratislava: IKAR ISBN: 8055107661
10. STRÍŽENEC, M. 2013. Úloha kritického a strategického myslenia pri rozhodovaní. Československá psychológia, ISBN: 978-80-88910-52-7
11. PROVAZNÍK, V- Psychologie pro ekonomy a manažery. Praha: Grada, 2002. Manažer. ISBN 8024704706.
12. TELLIS, G. J. Reklama a podpora prodeje. Praha: Grada, 2000. Profesionál. ISBN 8071699977.

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: 260

A	B	C	D	E	FX
35.0	41.54	16.92	5.0	1.15	0.38

Vyučujúci: PhDr. Andrea Seberíni, Ph.D., Ing. Anna Vallušová, PhD.**Dátum poslednej zmeny:** 07.06.2022**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_ManKv-aj	Názov predmetu: Quality Management (Manažérstvo kvality)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: specific written assignments regarding quality documentation: 0-30 points continuous work during the semester: 0 - 30 points b) záverečné hodnotenie: Written exam: 0-40 points The number of points to be earned for continuous and final assessment is 100 on the grading scale. Credits are assigned to the student who has obtained a minimum of 65 out of 100 points for fulfilling the requirements of the course assessment. In resit exam student corrects his/her written test. Points from continuous assessment are taken and cummulated with resit test results.	
Výsledky vzdelávania: After completion of the course the student: 1. is able to solve problems of quality in terms of requirements of ISO norms, 2. elaborates specific documents regarding the implementation of QMS, 3. applies the reference standard in building a QMS, 4. is able to use quality assurance tools to ensure the effectiveness of all processes in an enterprise, 5. is able to evaluate the compliance of the implemented QMS with the reference standard ISO 9001, through quality audits.	
Stručná osnova predmetu: 1. Defining quality and quality management system. 2. Classification of management systems and requirements of the chosen management systems: ISO 45001, ISO 31 000, ISO 14001. 3. Stages of building the QMS according to ISO 9001. 4. Requirements of the ISO 9001 standard. 5. Auditing the QMS. 6. Methods and tools of quality assurance. 7. The economics of quality. 8. Total quality management and the EFQM model.	

Odporúčaná literatúra:

1. CIANFRANI, C. A. 2017. ISO 9001:2015 Quality management system quality manual. Pennsylvania: PennDOT, 2017. 121 s. e-kniha.
2. Standards ISO 9001, ISO 14001, ISO 31000, ISO 45001
3. MANN, D. 2015. Creating a lean culture. New York : Taylor and Francis Group, 2015, 367 p. ISBN 978-1-4822-4323-9.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

English

Poznámky - časová záťaž študenta

150 hours

Combined form (Lecture, Seminar, Consultation): 39

self-study: 36

written assignments: 45

presentation of the created documentation system and its audit: 30

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1

A	B	C	D	E	FX
0.0	100.0	0.0	0.0	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

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_RHZ	Názov predmetu: Riadenie hodnoty značky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: B (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: aktívna účasť na seminároch: 0-30 bodov priebežný písomný test: 0-20 bodov b) záverečné hodnotenie: 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.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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.	
Odporúčaná literatúra: 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					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:					
slovenský					
Poznámky - časová záťaž študenta					
150 hodín, z toho:					
kombinované štúdium (P, S, K): 39 hod.,					
samoštúdium: 60 hod.,					
príprava projektu: 31hod.,					
zber informácií: 20 hod.					
Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov: 85					
A	B	C	D	E	FX
85.88	7.06	3.53	2.35	1.18	0.0
Vyučujúci: Ing. Filip Smutný, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 03.03.2022					
Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_SPSYVYCV	Názov predmetu: Sociálno-psychologický výcvik
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: Aktívna účasť a dochádzka na výcviku. Účasť na seminároch je povinná, ak bude mať študent absenciu viac ako na 4 seminároch, bude mu určené náhradné plnenie úloh vyučujúcim. b) záverečné hodnotenie: Záverečný test – 100 bodov (minimálne musí študent dosiahnuť 65 bodov).	
Výsledky vzdelávania: Študent: - Zvýši svoju informovanosť o význame sociálnej inteligencie a sociálno- psychologických zručnostiach - Zoznámia sa s podstatou a spôsobmi získavania vybraných sociálno-psychologických zručností - Zlepší svoje sebazpoznanie a bude schopný formulovať svoje silné a slabé stránky a bude pripravený plánovať svoj ďalší osobnostný rozvoj - Nadobudne základné skúsenosti s empatiou, sociálnou percepciou, riešením konfliktov, organizovaním spolupráce, prácou v tíme. - Okrem základných komunikačných zručností získa skúsenosť s ďalšími mäkkými sociálnymi zručnosťami a ich praktickým využitím	
Stručná osnova predmetu: Človek v sociálnom priestore. Sebapoznávanie. Sociálna percepcia. Sociálne interakcie v skupine. Spolupráca. Práca v tíme. Sociálna komunikácia. Základné a nastavbové komunikačné zručnosti. Asertívne správanie. Konflikty a ich riešenie. Psychohygienu a zvládanie záťažových situácií v zamestnaní a v živote.	
Odporúčaná literatúra: 1. GRUBER, D.. 2005. Zlatá kniha komunikace. 1. vyd. Ostrava : Repronis Ostrava, 2005. 249 s. ISBN 80-7329-092-8. 2. HERMOCHOVÁ,S.: 2004. Hry pro dospělé. Praha. Grada, 2004, 629 s. ISBN 8024708175. 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.	

4. JAROŠOVÁ, E. VACULÍK, M. a SMUTNÝ, P. 2013 . Psychologie efektivního leadershipu. Praha: Grada, 2013. 152 s. Psyché. ISBN 978-80-247-4646
5. KRATOCHVÍL, S. 2007 Příběhy terapeutických skupin. Praha: Triton. 2007
6. KOMÁRKOVÁ, R., SLAMĚNÍK, I., VÝROST, J. 2001. Aplikovaná sociální psychologie III. Sociálně psychologický výcvik. Praha: Grada. 2001
7. KOLÁŘIK, M. 2013 Interakční psychologický výcvik. Brno: Grada Publishing. 2013
8. KŘÍŽ 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): 26 hodín
samoštúdium: 60 hodín
príprava projektu: 34

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 190

A	B	C	D	E	FX
39.47	40.0	15.79	4.21	0.53	0.0

Vyučujúci: PhDr. Andrea Seberíni, Ph.D., doc. PhDr. Miriam Martinkovičová, Ph.D., PhDr. Marian Kika, Ph.D.

Dátum poslednej zmeny: 13.06.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, Ph.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_SZP	Názov predmetu: Spoločensky zodpovedné podnikanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: príprava a spracovanie seminárnej práce a jej prezentácia na seminári: 0-30 bodov aktívna účasť na seminároch a v diskusiách, riešenie prípadových štúdií, zadaní, účasť na výskumných úlohách: 0-10 bodov b) záverečné hodnotenie: písomná skúška: 0-60 bodov V opravnom termíne študent opakuje len písomnú skúšku. Body získané za ďalšie priebežné povinnosti sa mu započítajú do celkového hodnotenia.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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. Úrovne 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					
Poznámky - časová záťaž študenta 180 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, K): 52 hod., samoštúdium: 68 hod., príprava seminárnej práce: 35 hod., prezentácia výsledkov práce: 10 hod., zber informácií: 15 hod.					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 287					
A	B	C	D	E	FX
35.54	25.09	23.69	10.1	3.83	1.74
Vyučujúci: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD., doc. Ing. Martina Minárová, PhD., Ing. Filip Smutný, PhD., Ing. Zlatica Fulajtárová					
Dátum poslednej zmeny: 02.03.2022					
Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_SEPvSAP	Názov predmetu: Spracovanie ekonomických procesov v SAP
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: seminárna práca zameraná na riešenie prípadových štúdií - 80 bodov b) záverečné hodnotenie: test - 20 bodov	
Výsledky vzdelávania:	
Stručná osnova predmetu: Riešenie prípadovej štúdie zameranej na spracovania procesu v oblasti plánovania a riadenia výroby, materiálového hospodárstva, kalkulácií a účtovníctva v prostredí SAP ERP. Okrem praktických zručností sa študenti oboznámia aj s prepojenosťou jednotlivých funkčných oblastí v systéme SAP ERP.	
Odporúčaná literatúra: ALTER, S.: Information Systems – The Foundation of E-Business, 4th Edition. Prentice Hall, 2002. [2] HAMMER M., CHAMPY J.: Reengineering-manifest revoluce v podnikání. Management Press, Praha 2000. [3] BASL J., BENDA L.: Podpora podnikových procesu produkty SAP, VŠE Praha, 2003 [4] www.sap.com, help.sap.com, www.sapclub.sk [5] prevádzková dokumentácia SAP SDU [6] ANDERSON G.W.: SAP Planning – Best Practices in Implementation, Sams Publishing, 2003 [7] MURRAY M.: SAP MM – Functionality and Technical Configuration Galileo Press, 2006 [8] MURRAY M.: SAP Logistics Information System, Galileo Press, 2006 [9] NARAYANAN, V.: SAP R/3 FI Transactions, Infinity Science Press, 2007, ISBN 1-934015 – 01 – 6 [10] HURST, Q., NOWAK, D.: Configuring SAP R/3 FI/CO, Sybex Inc., 2000, ISBN 0 – 7821 – 2597 – 2 [11] HAGEMANN, S., WILL, L.: SAP R/3 Administration, Sap Press 2006, ISBN 1 – 59229 – 014 - 0	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	

slovenský					
Poznámky - časová záťaž študenta					
Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov: 21					
A	B	C	D	E	FX
66.67	19.05	0.0	9.52	4.76	0.0
Vyučujúci: Ing. Igor Kollár, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 09.04.2024					
Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_SMan	Názov predmetu: Strategický manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: priebežná práca na zadaných úlohách počas seminárov: 0 - 20 bodov, participácia na výskume (zber dát): 0-10 b, priebežný test: 0-20 bodov b) záverečné hodnotenie: Záverečný test: 0-50 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.	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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:

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.

TREBUŇA, P. 2019. Podnikové stratégie. Košice : Elfa, 2019. 170 s. ISBN 978-80-553-278-9.

HAVEL & PARTNERS. 2018. O stratégii. 10 najlepších príspevků z Harvard Business Review. Praha : Management Press, 2018. 288 s. ISBN 978-80-726-155-51.

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.

PILÁŘOVÁ, I. 2016. Leadership & management a development. Role, úlohy a kompetence managerů a lídrů. Praha : Grada, 2016. 168 s. ISBN 9788024757216.

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): 39
 samoštúdium: 54
 príprava čiastkových zadaní: 24
 príprava záverečného projektu: 23
 zber údajov: 10

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 281

A	B	C	D	E	FX
6.76	16.37	35.23	21.35	20.28	0.0

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

Dátum poslednej zmeny: 04.10.2024

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_SMar	Názov predmetu: Strategický marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Typ predmetu: A (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 13 / 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: skupinový projekt aplikovaný v praxi a jeho záverečná prezentácia (30 bodov), priebežná práca na čiastkových úlohách zadaných počas semestra (30 bodov) 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) záverečné hodnotenie: 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.	
Výsledky vzdelávania: 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, kontroľingu a auditu, 5. dokáže vytvoriť marketingový plán podniku, 6. osvojí si strategické a trhovo-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.	
Stručná osnova predmetu:	

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, L. – 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. SABOLOVÁ, A. - KACERA, N. - NAGYOVÁ, P. 2021. Marketing v praxi. Levosphere, 2021. 190s. ISBN 9788097392901
 3. KUMAR, N. 2008. Marketing jako strategie vedoucí k úspěchu, Praha: Management, 2008, ISBN 978-80-247-2439-3
 4. PRAHALAT, C.K. – RAMASWAMY, V. 2005. Budoucnost konkurence. Spoluvytváření jedinečné hodnoty se zákazníkem. Management Press: Praha, 2005, ISBN 80-7261-126-7
 5. KIM, W.CH. – MAUBORGNE, R. 2005. Strategie modrého oceánu. Praha: Management Press, 2005, ISBN 80-7261-128-3
 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. TÁBORECKÁ-PETROVIČOVÁ, J. 2011. Modely spotrebiteľského správania sociálnych tried pri tvorbe marketingovej stratégie, Bratislava: Iura Edition, 2011. ISBN 978-80-8078-398-3.
 8. ĎAĎO, J. – TÁBORECKÁ-PETROVIČOVÁ, J. 2013. Marketing Strategies. Banská Bystrica: Matej Bel University, 2013, ISBN 978-80-557-0555-2.
 9. KOLEKTÍV AUTOROV 2014. Online marketing: Současné trendy očima předních expertů. Computer Press: 2014. 216 s. ISBN 9788025141557
 10. VLČEK, R. 2002. Hodnota pro zákazníka. Praha: Management Press, 2002. 443s. ISBN 80-7261-068-6
- Doplňkové zdroje na štúdium:
1. 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. 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 (P, S, K): 39 samoštúdium: 51 príprava čiastkových zadaní: 20 tvorba záverečného projektu: 30 zber údajov v teréne, získavanie informácií v podniku: 10					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 213					
A	B	C	D	E	FX
11.27	24.88	31.46	18.31	14.08	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Janka Táborecká, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 03.03.2022					
Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_TV	Názov predmetu: Terénny výskum
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V rámci predmetu budú študentmi riešené zadania od subjektov z praxe (napr. mestá, obce, úrady, neziskové subjekty, podnikateľské subjekty). Pokiaľ to podmienky zadania umožnia do hodnotenia budú priamo zapojení zadávateľa. V rámci priebežného hodnotenia študenti budú mať povinnosť zúčastniť sa terénneho výskumu realizovaného vo forme stretnutí s relevantnými subjektmi z praxe, exkurzií, spojených so zberom dát v územiach samospráv, či iných organizáciách prípadne inou formou podľa oblasti zadania. Záverečné hodnotenie bude predstavovať hodnotenie vypracovaného zadania s jeho prezentáciou. 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. a) priebežné hodnotenie: absolvovanie terénneho výskumu v požadovanom rozsahu – 50 bodov b) záverečné hodnotenie: spracovanie seminárnej práce z výskumu – 50 bodov	
Výsledky vzdelávania: Študent 1. použije pri riešení výskumného zadania vhodný aparát vedeckých metód, 2. je schopný samostatne, metodicky správne riešiť výskumné zadania, 3. dokáže aplikovať pri terénnom výskume rôzne metódy a formy zberu dát, 4. posúdi vhodnosť metód spracovania primárnych a sekundárnych údajov pri napĺňaní cieľov výskumu, 5. je schopný vyhodnotiť výskumné otázky a hypotézy prostredníctvom širokého spektra vedeckých a matematicko-štatistických metód a vhodne ich zvolí pre spracovanie primárnych a sekundárnych údajov, 6. vytvorí akčný plán terénneho výskumu na základe zadania a priorít výskumu, čo vyústí do návrhu stratégie riešenia zadaného výskumného problému.	
Stručná osnova predmetu:	

Zadanie výskumného problému. Vymedzenie cieľa terénneho výskumu a parciálnych cieľov. Vymedzenie predmetu a objektu výskumu. Štúdium odborných zdrojov. Stanovenie výskumných otázok a hypotéz. Výber vhodného aparátu vedeckých metód. Vymedzenie výberového súboru. Stanovenie metód a foriem zberu dát. Zber údajov. Metódy spracovania sekundárnych údajov. Metódy spracovania primárnych údajov. Analýza a vyhodnotenie údajov. Návrh stratégie / návrh riešenia výskumného problému. Tvorba akčného plánu. Prezentácia výsledkov terénneho výskumu. Vyhodnotenie zadání vrátane rovesníckeho hodnotenia.

Odporúčaná literatúra:

1. GONDA, V. a kol. 2009. Metodika vedeckej práce, Bratislava: EKONÓM, 252 s. ISBN 978-80-225-2797-2
2. HORÁČEK, J., RISTVEJ, J. 2007. Tvorba metodiky projektu výskumu, EDIS — vydavateľstvo ŽU, Žilina, 32 s., ISBN 978-80-8070-773-6.
3. MACK, N., a kol. 2005. Qualitative Research Methods: A data collector's field guide. North Carolina: Family health international. 119 s. ISBN 0-939704-98-6.
4. MEŠKO, D., KATUŠČÁK, D., FINDRA, J., a kol. 2005. Akademická príručka. 2 vyd., Osveta, Martin, 496 s. ISBN 80-8063-200-6.
5. McCOMBES, S. 2020. How to write a research methodology. Dostupné na internete: <https://www.scribd.com/document/481922588/Writing-Research-Methodology>
6. OCHRANA, F. 2009. Metodologie vědy. Praha: Karolinum. 156 s. ISBN 9788024616094.
7. RISTVEJ, J., KAMPOVÁ, K. 2010. Vedecké metody. In Trilobit 2010. Dostupné na internete: <http://www.trilobit.fai.utb.cz/vedecke-metody>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hodín, z toho:

Kombinované štúdium (P, S, K): 26

samoštúdium: 24

prieskum v teréne a spracovanie seminárnej práce: 70

Hodnotenie predmetov

Nový predmet

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

Vyučujúci: Ing. Filip Flaška, PhD., doc. Ing. Stanislav Kološta, PhD., doc. Ing. Radoslav Kožiak, PhD., Ing. Katarína Sýkorová, PhD., prof. Ing. Anna Vaňová, PhD., doc. Ing. Katarína Vitálišová, PhD., doc. Ing. Kamila Borseková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 24.08.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_TH	Názov predmetu: Teória hier
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: písomný test – 50 bodov (teória a aplikácie hier dvoch hráčov s konštantným súčtom platieb) b) záverečné hodnotenie: písomný test – 50 bodov (teória a aplikácie hier dvoch hráčov s nekonštantným súčtom platieb a hier viacerých hráčov) Opravný termín – 100 bodov, písomný test z teórie a aplikácií všetkých tém osnovy predmetu	
Výsledky vzdelávania: 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.	
Stručná osnova predmetu: 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.	

Odporúčaná literatúra:

1. 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.
2. GOGA, M. 2013. Teória hier, Bratislava, Iura Edition 2013. ISBN 978-80-8078-613-7.
3. CHOBOT, M., TURNOVEC, F., ULAŠIN, V. 1991. Teória hier a rozhodovania, Bratislava, Alfa, 1991. ISBN 80-05-00702-7.
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.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hodín

kombinované štúdium (P, S, K): 26

samoštúdium: 68

samostatné riešenie domácich úloh: 26

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1

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

Vyučujúci: RNDr. Mária Grausová, PhD.**Dátum poslednej zmeny:** 24.10.2022**Schválil:** prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_TS-VKzM	Názov predmetu: Theory of Consumer Behaviour (Teória spotrebiteľa)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: course work: 20 points	
b) záverečné hodnotenie: At the end of the semester, the student submits a course work from which he / she can obtain a maximum of 100 points. To successfully complete the course, he/she must obtain at least 65 points.	
Výsledky vzdelávania: Student 1. is able to analyse consumer behaviour in the market for a particular product 2. uses econometric tools and models 3. applies them in terms of risk 4. knows evaluate the situation of consumer and predict his/her behaviour.	
Stručná osnova predmetu: Methods and tools of economic analysis. The theory of rational consumer choice. Consumers' preferences. Use of utility function. Indifference analysis, optimal consumer choice. Individual and market demand, elasticity of demand. Consumer choice under risk.	
Odporúčaná literatúra: 1. VARIAN, H. R.: Intermediate Microeconomics: A Modern Approach, seven edition Publisher: W. W. Norton & Company (2004) ISBN-10: 0393926710 2. BERGSTROM, T. - VARIAN, H. R.: Intermediate Microeconomics: Workouts Publisher: W. W. Norton & Company (2006) ISBN-10: 0393928810 3. SLOMAN, J. Economics. Prentice Hall, 2006 4. EMERSON, P.M. 2019. Intermediate Microeconomics, Oregon State University, available on: https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/956	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: English	
Poznámky - časová záťaž študenta 52 hours combined form of study (P, S, K): 26	

self-study: 26					
Hodnotenie predmetov					
Nový predmet					
A	B	C	D	E	FX
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Mária Horeháková, PhD., Ing. Mariana Považanová, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 21.10.2022					
Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_CRvEU-aj	Názov predmetu: Tourism in European Union (Cestovný ruch v Európskej únii)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: seminárna práca a jej prezentácia (0-50 bodov), b) záverečné hodnotenie: písomný test (0-50 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. a) priebežné hodnotenie: Seminárna práca a jej prezentácia (0-50 bodov). b) záverečné hodnotenie: Písomný test (0-50 bodov).	
Výsledky vzdelávania: Študent: 1. použije osvojené vedomosti z odborných predmetov na hodnotenie organizácie a politiky cestovného ruchu vo vybraných európskych štátoch, 2. je schopný zhodnotiť činnosť európskych organizácií v rozvoji cestovného ruchu v Európskej únii, 3. analyzuje trendy v spotrebiteľskom správaní v Európskej únii a aplikuje ich na podmienky rozvoja cestovného ruchu, 4. vie vysvetliť význam cezhraničnej spolupráce v cestovnom ruchu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Medzinárodné organizácie zabezpečujúce rozvoj cestovného ruchu v Európskej únii 2. Osobitosti rozvoja cestovného ruchu v Európskej únii. 3. Súčasný stav, trendy a perspektívy rozvoja cestovného ruchu v Európskej únii. 4. Preferencie Európanov v účasti na cestovnom ruchu a trendy v spotrebiteľskom správaní. 5. Cezhraničná spolupráca v cestovnom ruchu v Európskej únii. 6. Organizácia a politika cestovného ruchu v severnej Európe. 7. Organizácia a politika cestovného ruchu v západnej Európe. 8. Organizácia a politika cestovného ruchu v strednej Európe. 9. Organizácia a politika cestovného ruchu v južnej Európe. 10. Organizácia a politika cestovného ruchu vo východnej Európe.	

Odporúčaná literatúra:

1. PALATKOVÁ, M. 2014. Mezinárodní turismus. Praha : Grada Publishing. 2014, 256 s. ISBN 978-80-247-4862-7.
2. COSTA, C., PANYIK, E., BUHALIS, D. 2014. European Tourism Planning and Organisation Systems. London : Channel View Publications. 2014, 468 s. ISBN 978-1-84541-432-0.
3. COSTA, C., PANYIK, E., BUHALIS, D. 2013. Trends in European Planning and Organisation. London : Channel View Publications. 2013, 367 s. ISBN 978-1-84541-410-8.
4. European Commission. 2015. Eurobarometer - Survey on attitudes of European towards tourism.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Anglický.

Poznámky - časová záťaž študenta

120 hodín:

kombinované štúdium (P, S, K): 30

samoštúdium: 38

príprava prípadovej štúdie: 52

Hodnotenie predmetov

Nový predmet

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

Vyučujúci: Mgr. Kristína Medeková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 07.06.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_USR	Názov predmetu: Učiace sa regióny
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1., 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 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. a) priebežné hodnotenie: 20 bodov práca na hodinách b) záverečné hodnotenie: 80 bodov prezentácia projektov	
Výsledky vzdelávania: študent 1. použije teoretické vedomosti a praktické zručnosti do rozhodovacích procesov, 2. je schopný identifikovať problémy v rozvoji územia a navrhovať ich riešenia z pohľadu súčasných trendov v regionálnom rozvoji 3. aplikuje získané vedomosti a zručnosti v multidisciplinárnom kontexte, 4. posúdi významnosť širokospektrálneho pohľadu v rozvojových aktivitách územia, 5. rozvíja analytické a kritické myslenie, 6. dokáže pochopiť príčinné súvislosti v danej problematike a tvorivo vypracovať prezentáciu návrhu modernej koncepcie rozvoja, resp. kritiku už existujúcej koncepcie učiaceho sa regiónu.	
Stručná osnova predmetu: Súčasná teória regionálneho rozvoja. Inštitucionálne teórie regionálneho rozvoja - porovnanie, kritika. Krátka história učiacich sa regiónov, základné znaky učiacich sa regiónov, kľúčové procesy a infraštruktúra. Kritika teórie učiacich sa regiónov, problémové oblasti, možnosti ich riešenia, návrh v praxi uplatniteľných princípov. Vedomosti, vzdelávanie a univerzity v regionálnom rozvoji. Charter cities. Inovácie a regionálne inovačné systémy. Ekonomická sociológia. Local Governance a sociálne inovácie. Občanom riadené inovácie. Živé laboratória. Smart špecializácia a konkurencieschopnosť v rozvoji územia. Smart cities and regions. Rezidentská mobilita a lokalizácia domácností. Trh nehnuteľností. Koncepcie rozvoja malých miest.	
Odporúčaná literatúra:	

1. ČAPKOVÁ a kol. 2011. Regionálny rozvoj a inovácie. EF UMB. 140 s. ISBN 978-80-557-0130-1.
2. ŠIPIKAL, M., PARÍZKOVÁ, J. 2009. Učiace sa regióny. Bratislava: Ekonóm, 2009. 106 s. ISBN 978-80-225-2732-3.
3. STORPER, M.: Keys to the City: How Economics, Institutions, Social Interaction, and Politics Shape Development. 2013. ISBN: 9781400846269
4. R. CAPELLO, P. NIJKAMP: Handbook of Regional Growth and Development Theories. 2009.
5. Aktuálne články publikované vo vedeckých časopisoch, RSAI, na internete

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky - časová záťaž študenta

180 hodín

kombinované štúdium (P, S, K): 26

samoštúdium: 70

príprava prezentácie s podkladovým materiálom: 30

príprava projektu: 54

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 79

A	B	C	D	E	FX
40.51	39.24	15.19	5.06	0.0	0.0

Vyučujúci: Ing. Filip Flaška, PhD., doc. Ing. Stanislav Kološta, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 07.06.2022

Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	
Fakulta: Ekonomická fakulta	
Kód predmetu: D_2_UdESSAP	Názov predmetu: Úvod do ekonomického systému SAP
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Typ predmetu: C (A - povinný, B - povinne voliteľný, C - výberový) Odporúčaný rozsah výučby v hodinách: za obdobie štúdia 26 Metóda štúdia: kombinovaná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) priebežné hodnotenie: seminárna práca – 60 bodov b) záverečné hodnotenie: test - 40 bodov	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu: 1. je schopný analyzovať a graficky znázorniť organizačné štruktúry jednotlivých typov právnych subjektov (malých a veľkých - národných a nadnárodných) z pohľadu ekonomického informačného systému; 2. je schopný identifikovať, popísať, analyzovať a vizualizovať podnikové procesy vo vybranom softvérovom nástroji; 3. aplikuje teoretické vedomosti z podnikovej ekonomiky (hlavne účtovníctvo, finančný manažment, logistika, ...) pri definovaní obsahu základných a doplnkových funkcionalít ekonomického IS (finančné účtovníctvo, controlling, logistika, ľudské zdroje,...); 4. je schopný pochopiť „system landscape SAP“, navrhnúť projekt implementácie SAPu v podniku.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do ekonomického systému SAP- kategorizácia podnikov z pohľadu ekonomických informačných systémov a vizualizácia ich organizačných štruktúr podľa požiadaviek ekonomického IS (ekIS), ekonomické procesy, ich kategorizácia a vizualizácia. Vysvetliť základné, doplnkové a špecifické funkcionality ekIS, pokrytie procesných oblastí funkcionalitami ekIS. Oboznámenie s nastavením systému SAP SDU (Slovak Demo University), systém landscape SOFIA. Základné ovládanie a administrácia používateľa, práca s kmeňovými záznamami.	
Odporúčaná literatúra: 1. KRIŠTOFÍK, P. et al. 2010. Podnikové financie. Banská Bystrica: Duma BB, 2010. ISBN 978-80-967833-6-X. 2. KRIŠTOFÍK, P., SAXUNOVÁ, D., ŠURANOVÁ, Z., 2011. Finančné účtovníctvo a riadenie s aplikáciou IAS/IFRS. Bratislava: Iura Edition, 2011. 803 s. ISBN 978-80-8078-396-9 3. ANDERSON, G. 2012. Naučte se SAP za 24 hodín. Brno : Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3685-0. 4. PATEL, M. 2010. SAP ERP Financials. Brno: Computer Press, 2010. 453 s.	

ISBN 978-80-251-2488-8					
5. MAASEN, 2007. Maasen A., Schoenen M., Frick D., Gadatsch A.: SAP R/3, Kompletní průvodce. Brno – Computer Press. 2007. 1.vydanie. ISBN 978-80-251-1750-7					
6. SAP Learning Hub, www.sap.sk.					
7. On line tutoriály a dokumentácia k systému SAP: http://help.sap.com/					
8. Ekonomický systém SAP SDU a dokumentácia k finančnému systému SOFIA					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:					
slovenský					
Poznámky - časová záťaž študenta					
120 hodín					
kombinované štúdium (semináre, konzultácie): 26 / Samoštúdium: 44 / Spracovanie seminárnej práce: 50					
Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov: 84					
A	B	C	D	E	FX
82.14	2.38	4.76	1.19	2.38	7.14
Vyučujúci: Ing. Igor Kollár, PhD., Ing. Peter Laco, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 16.03.2023					
Schválil: prof. Ing. Zdenka Musová, PhD.					