

Zoznam informačných listov povinne voliteľných predmetov ŠP manažment, 2. stupeň

Blok Financie	2
Finančné trhy a inštitúcie	2
Investičné analýzy	3
Manažment portfólia a kolektívne investovanie	5
Medzinárodné financie	6
Oceňovanie podnikov	7
Blok Manažérska informatika	9
Business Intelligence	9
E-biznis a e-marketing	11
Manažment bezpečnosti	12
Manažment počítačových sietí	14
MIS – špeciálne témy	15
Blok Manažment IKT projektov	16
Dáta, znalosti, rozhodovanie	16
Manažment softvérových projektov	18
Podnikové procesy a softvérové inžinierstvo	20
Stratégia organizácie v IKT	21
Znalostný manažment	23
Blok Marketing	25
Komunikácia v manažmente	25
Marketingové aplikácie	26
Marketingový výskum	28
Medzinárodný marketing	30
Strategický marketing	32
Blok Personálny manažment	34
Komunikácia v manažmente	34
Manažment v globálnom prostredí	35
Medzinárodný manažment ľudských zdrojov	37
Organizačné kultúry (európske špecifiká)	39
Podnikateľská etika pre personálny manažment	40
Systémy odmeňovania	41
Blok Podnikanie	42
Hodnotový manažment a podnikateľské riziká MSP	42
Intelektuálny kapitál a inovácie v dynamickom podnikaní	44
Intrapreneurship	47
Manažment inovácií	49
Stratégie a financovanie new ventures	51
Blok Strategický manažment	53
Procesný manažment	53
Strategické analýzy	55
Strategické myslenia a stratégia	57
Strategický controlling	59
Strategický manažment finančných inštitúcií	61
Blok Všeobecný manažment	63
Investičné analýzy	63
Medzinárodný manažment ľudských zdrojov	65
Medzinárodný marketing	67
E-biznis a e-marketing	69

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KEF/072M/10 FM.KEF/072ME/10			Názov predmetu: Finančné trhy a inštitúcie		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, prednáška, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 3					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1. semester					
Stupeň štúdia: II. stupeň					
Podmieňujúce predmety: Finančný manažment					
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou absolvovania predmetu je absolvovanie prednášok a práca v tíme na projektoch, ktoré predstavujú investovanie prostredníctvom demo-verzií, resp. vlastnými skladbami portfólií. Skúška má písomnú podobu a spolu s bodmi za prácu na investičných projektoch tvorí základ hodnotenia. Minimálnou požiadavkou je získať 61 bodov.					
Výsledky vzdelávania Študent by mal po absolvovaní tohto predmetu rozlišovať investície do jednotlivých cenných papierov peňažného a kapitálového trhu, ich legislatívne zabezpečenie a rôzne transakcie s nimi. Mali by mať znalosti s vyhodnotením rizík jednotlivých cenných papierov a derivátového trhu. Absolvent by mal získať tak aj teoreticko-praktické znalosti a zručnosti, ktoré môže uplatniť pri práci vo finančných inštitúciách i v súkromnom podnikateľskom sektore.					
Stručná osnova predmetu: 1. Spotové trhy a termínované finančné trhy 2. Medzinárodné finančné trhy 3. FOREX 4. Medzinárodný monetárny systém 5. Parita kúpnej sily 6. Parita úrokovej miery 7. Trhové riziká 8. Investovanie na medzinárodných finančných trhoch 9. Akvizície a fúzie					
Odporúčaná literatúra: 1. Brigham, E. F. - Ehrhardt, M. C.: Financial Management, 14th Edition, Thomson, South-Western, 2014. ISBN-13: 978-1-111-97221-9 2. Brigham, E. F. - Ehrhardt, M. C.: Corporate finance, 4th edition, Thomson, South-Western, 2011. ISBN-13:978-1-4390-7811-2 3. Komorník, J. – Majerčáková, D. – Husovská, M.: Finančný manažment, Kartprint 2012, ISBN 978-80-88870-97-5 4. Chovancová, B., Malacká V., Demjan, V. Kotlebová, J.: Finančné trhy – nástroje, transakcie, Walters Kluver, Bratislava 2014					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 209					
A	B	C	D	E	FX
23,92	22,01	20,57	19,62	11,0	2,87
Vyučujúci: prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc., prof. Ing. Božena Chovancová, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/053M/00 FM.KEF/053ME/00	Názov predmetu: Investičné analýzy
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny (24 hodín/24 hodín), prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6 ECTS	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.semester	
Stupeň štúdia: 2. stupeň	
Podmieňujúce predmety: Finančný manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra bude v rámci cvičení dva možné celkovo získať max. 30 bodov. 70 bodov je možné získať za záverečnú skúšku predmetu počas skúškového obdobia. Na hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov z celkového možného počtu, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na získanie hodnotenie C najmenej 72 bodov, na získanie hodnotenie D najmenej 66 bodov a na získanie E najmenej 60 bodov z celkového možného počtu.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent získa vedomosti z oblasti medzinárodného finančného manažmentu, najmä v oblasti rizík a príležitostí pri investovaní v zahraničí. Pozná pozitívny dopad globálnej diverzifikácie pri aplikácii investičných stratégií a využitia korelácií medzinárodných finančných trhov. Absolventovi sú známe dôsledky medzinárodných fúzií a akvizícií, vrátane používaných taktík, prípadne obrany pri týchto typoch transakcií. Získal vedomosti o finančných derivátoch vyššej generácie vrátane štruktúrovaných produktov, dokáže identifikovať fundamentálne rizikové faktory pri investovaní v zahraničí, pozná základné hedgingové techniky, vrátane replikácie opčných pozícií. Absolvent predmetu vie použiť základné nástroje pri imunizácii rizík otvorených dlhopisových pozícií.	
Stručná osnova predmetu: <ul style="list-style-type: none"> - Medzinárodný finančný manažment: parita kúpnej sily, parita nekrytej úrokovej miery, termínová parita, parita krytej úrokovej miery, výnos investície v zahraničí, efekt globálnej diverzifikácie, príklady globálnych investičných stratégií, korelácie finančných trhov - Akvizície a fúzie: niektoré dôvody fúzií a akvizícií, taktika a obrana pri fúziách a akvizíciách, formy kombinácií podnikov, štruktúra ponuky na prevzatie, úlohy investičných bánk pri fúziách a akvizíciách - Finančné riziká: typy finančných rizík, hodnota v riziku (VaR), meranie úrokových rizík pomocou VaR, mapovanie úrokových pozícií, VaR a diverzifikačné efekty, VaR investičných portfólií, vplyv projektov na VaR, peňažný tok v riziku (CaR) - Finančné deriváty a zaistovanie rizík: základné typy finančných derivátov, štandardizácia finančných derivátov, long- a short-pozícia, oceňovanie termínových kontraktov, zaistovanie otvorených pozícií, rizikové faktory, príklady zložitejších hedgingových techník, parita opcií, replikácie opčných pozícií, metódy oceňovania opcií, bezriziková arbitráž, dynamický deltahedging, citlivostné veličiny, úrokový a menový swap - Durácia a imunizácia: výnosové krivky a úrokové štruktúry, Macaulayova durácia, efekt súčasnej hodnoty a reinvestičný efekt pri investovaní do dlhopisov, modifikovaná durácia, efektívna durácia a key-rate durácia, imunizácia otvorených dlhopisových pozícií <ul style="list-style-type: none"> 1. Market risk 2. Credit risk 3. Operational risk 4. Liquidity risk 	
Odporúčaná literatúra: <ol style="list-style-type: none"> 1. Brigham, E.F. – Ehrhardt, M.C: Financial Management, 14th Edition, Thomson, South-Western, 	

2013					
2. Šlahor, E. – Žvachová, N.: Kapitálová primeranosť bánk a poisťovní, KARTPRINT 2012					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, anglický jazyk					
Poznámky: výučba predmetu v anglickom aj slovenskom jazyku					
Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov: 396					
A	B	C	D	E	FX
23,99	25,76	16,92	14,39	18,43	0,51
Vyučujúci: prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc.					
Dátum poslednej zmeny: február 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KEF/060M/09 FM.KEF/060ME/09			Názov predmetu: Manažment portfólia a kolektívne investovanie		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, seminár, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 3					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3. semester					
Stupeň štúdia: II. stupeň					
Podmieňujúce predmety: Finančné trhy a inštitúcie					
Podmienky na absolvovanie predmetu: Nevyhnutnou súčasťou absolvovania tohto predmetu je hlavne vlastná projektová práca v teamoch, keď študenti pracujú na konkrétnych problémoch, ktoré prezentujú v power pointe a vedú diskusiu k danej oblasti. Popri tom zostavujú aj portfólia investícií do portfólií fondov, kde skúmajú aj skladbu portfólií jednotlivých fondov. Minimálnou požiadavkou je získať 55 bodov.					
Výsledky vzdelávania Študent absolvovaním tohto predmetu získava znalosti z oblasti kolektívneho investovania, tvorba efektívneho portfólia. Zámerom je tiež poznať mechanizmus fungovania niektorých špecifických foriem fondov na kapitálových trhoch. Svoje získané poznatky môže uplatniť pri práci v asset manažérskych inštitúciách a pod.					
Stručná osnova predmetu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Teória portfólio – Markowitzov a Sharpov model. Tvorba efektívneho a optimálneho portfólio. Riadenie a hedging akciového portfólio. 2. Riadenie dlhopisového portfólio a jeho zaistenie. 3. Fondový priemysel a jeho typológia. 4. Kvantitatívne a kvalitatívne ukazovatele. Rating a scoring fondov. 5. Špecifické fondy. ETF, hedge fondy. Komoditné fondy a fondy nehnuteľnosti. 6. Investičný plán a jeho stupne. Investičné stratégie a ich typy. 7. Typy investorov a modelovanie ich portfólio. Stratégie investovania podľa rizikovej náklonnosti investorov. 8. Investičná stratégia podľa frekvencie obchodovania a veľkosti kapitálu. 9. Komparácia fondového priemyslu v USA a EU. 10. Penzijné fondy na kapitálových trhoch a ich špecifiká. 11. Dôchodkové fondy v SR a ich výkonnosť. 12. Kolektívne investovanie na Slovensku. 13. Aktuálne problémy kolektívneho investovania vo svete. 					
Odporúčaná literatúra: Sharpe, W. F. – Alexander, G. J.: Investice. Victoria Publishing, Praha 1994. Graham, B.: Inteligentní investor, Grada. Praha 2007 Chovancová, B., Žofčák, S.: Kolektívne investovanie, IURA Publishing, Bratislava 2012 Smernice EÚ z oblasti kolektívneho investovania.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 63					
A	B	C	D	E	FX
79,37	17,46	3,17	0	0	0
Vyučujúci: prof. Ing. Božena Chovancová, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KEF/077M/00 FM.KEF/077ME/00			Názov predmetu: Medzinárodné financie		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny, prednáška/seminár, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 6					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2./4.					
Stupeň štúdia: II.					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu je v súlade so študijným poriadkom FM UK. Vychádza z nasledovnej stupnice: Hodnotenie A = 91 - 100 % celkového hodnotenia Hodnotenie B = 81 - 90 % celkového hodnotenia Hodnotenie C = 73 - 80 % celkového hodnotenia Hodnotenie D = 66 - 72 % celkového hodnotenia Hodnotenie E = 60 - 65 % celkového hodnotenia Hodnotenie FX = 0 - 59 % celkového hodnotenia					
Výsledky vzdelávania: Študent absolvovaním predmetu získava základný prehľad v oblasti medzinárodných financií a medzinárodných platobných stykov. Študent by mal porozumieť princípom medzinárodného podnikania a finančných tokov, platobnému styku, investovaniu na medzinárodných trhoch a získať poznatky o menách a ich uplatnení.					
Stručná osnova predmetu: Medzinárodné finančné prostredie. • Medzinárodné firmy, ich vznik, vývoj a strategické ciele. • Medzinárodný menový systém, jeho historický vývoj, súčasný stav a perspektívy. • Vplyv platobnej bilancie a menové kurzy. • Podmienky parity výmenných kurzov. • Medzinárodné menové trhy. Spotový, forwardový, opčný a swapový trh. • Meranie a manažment menového rizika. Transakčné, prevádzkové a účtovné riziko. • Úrokové riziko a úrokové swapy. • Globálne náklady kapitálu a kapitálová štruktúra. • Získavanie dlhového a akciového kapitálu na medzinárodných trhoch. • Priame a portfóliové medzinárodné investície. • Transfer fondov v rámci medzinárodných spoločností. • Manažment činného kapitálu. • Financovanie exportu a importu. • Hodnotenie výkonnosti súčasti medzinárodnej firmy. • Európska menová integrácia. • Akčný plán pre finančné trhy EÚ. • Regulačný rámec pre finančné inštitúcie EÚ.					
Odporúčaná literatúra: Eiteman, D., K., Stonehill, A., I., Moffett, M., H.: Multinational Business Finance. Addison Wesley, 2001 Komorník, J. a kol.: Medzinárodné a európske financie. FM UK Bratislava, 1998					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglicky					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 22					
A	B	C	D	E	FX
41%	5%	0%	2%	2%	50%
Vyučujúci: prof. RNDr. Jozef Komorník, DrSc., Mgr. Jan Janač, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: marec 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/094M/09 FM.KEF/094ME/09	Názov predmetu: Oceňovanie podnikov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1. semester	
Stupeň štúdia: 2. stupeň	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra bude študentmi realizovaný projekt ohodnotenia vybranej firmy, ktorý bude slúžiť pre ich hodnotenie.	
<p>Výsledky vzdelávania: Predmet by mal poskytnúť študentom základné poznatky z problematiky oceňovania podnikov tak ako sa realizujú v praxi.</p> <p>Podstatnou časťou efektívneho manažmentu je správne stanovenie hodnoty firmy. Kurz poskytne študentom pohľad na základné procesy stanovenia hodnoty firmy od počiatkovej analýzy finančných výkazov a pomerových ukazovateľov až po pochopenie komplexnej metódy diskontovaných peňažných tokov. Kurz poskytne študentom odpovede na otázky typu: čo tvorí hodnotu firmy a aké základné parametre ju ovplyvňujú; aké techniky používajú analytici na finančných trhoch na zistenie či je akcia firmy na burze nadhodnotená alebo podhodnotená; aký je rozdiel v chápaní hodnoty firmy ako samostatne nepretržite fungujúcou entitou a potenciálnym cieľom akvizície; akým spôsob zostaviť zjednodušený model ocenenia firmy obchodovanej na burze? Na seminároch budú využívané praktické príklady pre pochopenie problematiky. Na seminároch bude využívaný systém Bloomberg pre rýchle a efektívne získavanie a analyzovanie informácií z finančného ako aj podnikového prostredia. Po úspešnom absolvovaní predmetu by mal študent rozumieť základným aspektom ocenenia firmy a mal by byť schopný realizovať pokročilú finančnú analýzu podniku. Po absolvovaní predmetu by mal byť študent pripravený pracovať vo finančnej oblasti, ako finančný poradca alebo finančný analytik na pozíciách, ktoré vyžadujú základné znalosti z oblasti finančnej analýzy podnikov a ich ohodnocovania.</p>	
Stručná osnova predmetu:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Základné charakteristiky oceňovania firiem 2. Právne minimum pre podnikové kombinácie na Slovensku 3. Metódy ohodnotenia firmy založené na analýze finančných pomerových ukazovateľov 4. Metódy ohodnotenia firmy založené na diskontovaných peňažných tokoch 5. Odhad budúcich peňažných tokov firmy 6. Stanovenie váženej priemernej ceny kapitálu 7. Ocenenie neprevádzkového majetku firmy 8. Stanovenie hodnoty firmy pre akcionárov 9. Case Study - ocenenie firmy obchodovanej na burze 10. Case Study - ocenenie firmy obchodovanej na burze 11. Case Study - ocenenie firmy obchodovanej na burze 12. Case Study - ocenenie firmy obchodovanej na burze 	
Odporúčaná literatúra:	
<p>McKinsey & Company, Inc. Copeland, T. Koller, T. Murrin, J.: Valuation Measuring and Managing the Value of Companies - 3rd Edition, John Wiley & Sons, Inc.2000.</p> <p>Brigham, E. F., Ehrhardt, M. C.: Financial Management, 14th Edition, Thomson, South-Western, 2014.</p> <p>Hitchner, J. R.: Financial Valuation, Applications and Models, John Wiley & Sons, Inc., 2003.</p> <p>Farkaš, R.: Kombinácie Podnikov, Iura Edition, 2008.</p> <p>Mařík, M. a kol.: Metody oceňování podniku, druhé vydání, Ekopres, 2007.</p>	

Vozár M., Komorník J.: Oceňovanie podnikov, Kartprint 2012. Databáza Bloomberg Professional. www.bloomberg.com www.reuters.com					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Počet hodnotených študentov 42					
A	B	C	D	E	FX
50 %	38 %	7 %	d	e	5 %
Vyučujúci: Mgr. Martin Vozár, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: Nový predmet	Názov predmetu: Business Intelligence
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2. semester	
Stupeň štúdia: 2.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Získanie najmenej 60 % z každej časti hodnotenia Hodnotenie: priebežne 100 % (projekt 80 bodov, prezentácia 20 bodov)	
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu získa študent vedomosti o možnostiach nasadenia nástrojov BI, bude vedieť na základe stanovených KPI identifikovať zdroje dát na KPI, rozumieť procesu ETL, vytvoriť dátový model a navrhnúť parametre nástroja BI vhodného pre konkrétny subjekt.	
Stručná osnova predmetu: Účel BI v kontexte manažérskej práce Analyticky riadená organizácia, koeficient analytickej inteligencie Typické biznis problémy, stanovenie KPI Typické technické problémy: heterogénne systémy, rôzne zdroje dát, rôzne (nejednotné, prípadne nekonzistentné) dátové modely, dáta v čase, dáta a informácie, ktoré nie sú priamo v operačných/transakčných systémoch, rôzna kvalita dáta v rôznych systémoch (a rôzne nároky kvalita x cena), obmedzenia reportingu z operačných / transakčných systémov, dáta v xls(x) tabuľkách u používateľov Dátové sklady, účel a prínosy Dáta, organizácia, argumentácia pre DWH a BI v MSP, koncept Business Case Fakty a dimenzie Dátové modely – Inmon a Kimball Architektúra dátového skladu ETL a kvalita dát Front end analytická vrstva (SAP Business Objects, MS SQL Server+Power Excel, QlikView) Výber vhodného nástroja pre MSP, základy práce s produktom QV	
Odporúčaná literatúra: Novotný O., Pour J., Slánský D. (2005). Business Intelligence. Jak využit bohatství ve vašich datech. Grada Publishing Praha 2005. Pour J., Novotný O., Maryška M. (2012) Business intelligence v podnikové praxi, Professional Publishing 2012. Labarge R. (2011). Datové sklady. Computer Press Brno 2012. Luboslav Lacko (2009). Business Intelligence v SQL Serveru 2008. Computer Press. Turban, E., Sharda, R., Arnsson, J.E., & King, D. (2008). Business intelligence: a managerial ap-proach. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall Turban, E., Aronson, J.E. & Liang, T. (2007). Decision Support and Business Intelligence Systems. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický	
Poznámky: Výučba sa uskutočňuje v laboratóriu výpočtovej techniky.	
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0	

A	B	C	D	E	FX
a	b	c	d	e	f
Vyučujúci: RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KIS/010M/00 FM.KIS/010ME/00			Názov predmetu: E-biznis a e-marketing		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny (24 hodín/24 hodín), prednáška/seminár, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 6					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3. semester/5. semester					
Stupeň štúdia: II.					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu: Povinná účasť na seminároch a vypracovanie a prezentovanie záverečného projektu.					
Výsledky vzdelávania: Študent nadobudne základné vedomosti z oblasti podnikania na internete tak, aby bol schopný identifikovať podnikateľské príležitosti, vypracovať prieskum trhu, konkurencie a potenciálnych zákazníkov, následne vypracovať biznis plán ako aj zvoliť tie najvhodnejšie nástroje pre realizáciu podnikania. Absolvent predmetu je schopný vytvoriť si vlastný eshop ako ho aj úspešne spropagovať. Mnohí absolventi tohto predmetu úspešne podnikajú v online prostredí, čo svedčí aj o kvalite tohto predmetu.					
Stručná osnova predmetu: Definícia e-podnikania a pojmy Technologický prierez internetom Oblasti e-podnikania a stratégie Prieskum e-trhu a hľadanie cieľovej skupiny Tvorba web stránok a e-shopu Digital marketing SEO Social media a virálny marketing Analytické nástroje Usability testing Princípy úspešného e-biznisu Etika a legislatíva					
Odporúčaná literatúra: KALAKOTA, A: E-business 2.0: Roadmap for Success KAUSHIK, A: Webová analytika 2.0: kompletní průvodce analýzami návštěvnosti HORŇÁKOVÁ, M. Copywriting HESKOVÁ, M. - ŠTARCHOŇ, P. Marketingová komunikace a moderní trendy v marketingu SCOTT, D M. The new rules of marketing & PR JANOUCHE V.: 333 tipu a triku pro Internetový marketing					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 119					
A	B	C	D	E	FX
76 %	8 %	6 %	3 %	0 %	8 %
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., Mgr. Andrea Studeničová					
Dátum poslednej zmeny: máj 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: Nový predmet	Názov predmetu: Manažment bezpečnosti
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3. semester	
Stupeň štúdia: 2., stupeň	
Podmieňujúce predmety:	
<p>Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra bude písomná previerka a celkové hodnotenie bude udelené za ústnu skúšku: Test – test - 80 % Ústna skúška – 20 % (body sa dajú získať i za aktívnu účasť na seminároch počas semestra)</p>	
<p>Výsledky vzdelávania: Objasniť zložitosť a rozsah problému zabezpečenia systémov pre spracovanie údajov a poskytovanie informácii s dôrazom na úlohu manažéra v procese budovania a prevádzkovania takýchto systémov. Po úspešnom absolvovaní budú študenti schopní riadiť oblasť IS / ICT a vo firme, uplatňovať princípy IS / IT a informačnej bezpečnosti vo svojej manažerskej činnosti na pozíciách v rámci IT i mimo IT, a pôsobiť v rámci systému Riadenia informačnej bezpečnosti vo firme, vo všetkých fázach vývoja životného cyklu informačného systému vo všetkých manažerských pozíciách</p>	
<p>Stručná osnova predmetu: Všeobecné základy bezpečnosti a vymedzenie pojmu „bezpečný informačný systém“. Základné technické a programové prostriedky ochrany IS. Špecifiká bezpečnosti v sieťach. Bezpečnosť a proces vzniku IS. Bezpečnosť a prevádzka IS. Ľudský faktor a bezpečnostná kultúra organizácie. Základné bezpečnostné princípy. Audit IS. Prednášky a semináre – tematický plán:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Úvod do bezpečnosti 2. IT bezpečnosť 3. Objektová bezpečnosť 4. Personálna bezpečnosť 5. Riadenie rizík 6. Bezpečnosť biometrických údajov 7. Kvalita 8. Reporting 9. ISO 27001 10. Zákon 122-2013 11. SW bezpečnosť 12. Tredny v riadení bezpečnosti 	
<p>Odporúčaná literatúra: COBIT 4.1. Rolling Meadows: IT Governance Institute, 2007. ITIL: service operation. London: Stationery Office, 2007. 978-0-11-331046-3 Journal of information systems and technology management [elektronický zdroj]. Sao Paulo, SP: TIPTON, H F. -- KRAUSE, M. Information security management [elektronický zdroj]: handbook. [S.l.]: Auerbach Publications, 2007. 978-1-4200-6045-4 DOSEDĚL Tomáš: Počítačová bezpečnosť a ochrana dat, Brno 1.vyd., Computer Press 2004, ISBN-80-251-0106-1 DOSTÁLEK Libor, VOHNOUTOVÁ Marie: Velký průvodce infrastrukturou PKI a technologií elektronického podpisu, Brno 1.vyd., Computer Press 2005, ISBN-80-251-0828-7</p>	

<p>Stallings, W.; Brown, L.: Computer Security, Principle and Practise, 2nd Edition, Prentice Hall, 2011, ISBN-10: 0132775069; Stallings, W.: "Cryptography and Network Security: Principles and Practice", 5th Edition. Prentice Hall, 2010, ISBN-10: 0-13-609704-9 THOMAS M. Thomas: Zabezpečení počítačových sítí, Brno 1.vyd., CP Books 2005, ISBN 80-251-0417-6</p>					
<p>Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:. slovenský, anglický</p>					
<p>Poznámky:</p>					
<p>Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: uvádza sa reálny počet hodnotených študentov od zavedenia predmetu po jeho poslednú aktualizáciu</p>					
A	B	C	D	E	FX
a	b	c	d	e	f
<p>Uvádza sa percentuálny podiel hodnotených študentov, ktorí získali po zapísaní predmetu hodnotenie A, B,... FX. Celkový súčet a, b, c, d, e, f je 100. Ak študent v jednom roku získal FX a po ďalšom zapísaní predmetu hodnotenie D, zohľadnia sa obe jeho hodnotenia.</p>					
<p>Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Ing. Peter Balco, PhD., Ing. Vincent Karovič, PhD., Ing. Pavol Gono</p>					
<p>Dátum poslednej zmeny: máj 2014</p>					
<p>Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.</p>					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KIS/031ME/00 FM.KIS/031M/00			Názov predmetu: Manažment počítačových sietí		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, seminár, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 3					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2./4.					
Stupeň štúdia: 2.					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra bude písomná previerka a celkové hodnotenie bude udelené za projekt a jeho prezentáciu a ústnu skúšku: Koncept projektu– 10 %. Test – test 40 % Semestrálny projekt + prezentácia a obhajoba semestrálneho projektu. Alebo odovzdanie semestrálneho projektu v elektronickej podobe a ústna skúška 50 %					
Výsledky vzdelávania: Predmet je voľným pokračovaním predmetu Počítačové siete a je predovšetkým koncipovaný na získanie praktických vedomostí o najčastejšie používaných sieťových serveroch. Účelom predmetu je poskytnúť študentovi základné praktické a teoretické vedomosti o problematike komunikácie, bezpečnosti a nastaveniach počítačových sietí a vlastnostiach jednotlivých serverov. Predmet sa bude zaoberať praktickou inštaláciou, pripájaním a konfiguráciou servera do siete (inštalácia a konfigurácia serverov, Windows Advanced server, Windows Enterprise server). Absolvovaním predmetu získa študent praktické a teoretické skúsenosti, pomocou ktorých v praxi zvládne inštaláciu, konfiguráciu a manažment počítačových sietí					
Stručná osnova predmetu:					
1. Inštalácia servera Windows Advanced server					
2. Konfigurácia servera Windows Advanced server					
3. Inštalácia servera Windows Enterprise server					
4. Konfigurácia servera Windows Enterprise server					
5. Porovnanie serverov Windows Advanced server a Windows Enterprise server					
6. Nastavovanie práv v prostredí servera (Grupy, prístupové práva).					
7. Nastavovanie práv v prostredí servera (Quota, IIS server, FTP server)					
8. Zápočtová práca – Trust domén – čo to je a ako sa nastavuje (práca v rozsahu 1 x A4)					
9. Hodnotenie					
Odporúčaná literatúra:					
1. Publikácie vydavateľstva GRADA: Windows 2000 Server, Windows 2000 Advanced Server					
2. Počítač: Help a Help Center k jednotlivým serverom					
3. Internet: http://www.microsoft.com – knowledge base Microsoftu					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov: 15					
A	B	C	D	E	FX
80%	20%	c	d	e	f
Vyučujúci: Ing. Vincent Karovič, PhD., Ing. Pavol Gono,					
Dátum poslednej zmeny: máj 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KIS/030ME/10 FM.KIS/030M/00			Názov predmetu: MIS – špeciálne témy		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, seminár, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 3					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3. semester					
Stupeň štúdia: 2.					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktívna účasť na seminároch. Prezentácia vedeckého článku z najnovšej vedeckej časopiseckej literatúry.					
Výsledky vzdelávania: Základným cieľom predmetu je poskytnúť študentom najnovšie znalosti a vedecké poznatky z manažmentu informačných systémov v organizácii, manažmentu znalostí a najnovšie poznatky o súčasných informačných a komunikačných technológiách, bezpečnosti a BI.					
Stručná osnova predmetu: Štúdium vedeckých článkov na rôzne aktuálne témy najmä na E-service management and engineering, Informačná bezpečnosť – všeobecne. Životný cyklus IS. Budovanie IS. Riadenie procesu IS. Analýza IS. Projektovanie IS. Budovanie HW a SW platformy IS. Integrácia a testovanie IS. Prevádzka a údržba IS. Zhrnutie, výstupné dokumenty riadenia bezpečnosti IS. Analýza a manažment rizík. Business continuity management, Šifrovanie, competitive Intelligence, dataming, IT governance,....					
Odporúčaná literatúra: Václav Řepa: Podnikové procesy, Procesní řízení a modelování, Praha, Grada Publishing, 2007, ISBN: 978-80-247-2252-8 Ota Novotný, Jan Pour, David Slánský: Business Intelligence. Jak využít bohatství ve vašich datech, Praha, Grada Publishing, 2004, ISBN: 80-247-1094-3 Harward Business Review a iné vedecké časopisy.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:. slovenský, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 15					
A	B	C	D	E	FX
90 %	10 %	c	d	e	f
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., prof. Ing. Stojan Russev, CSc., Ing. Vincent Karovič, PhD., Ing. Miroslav Baláž, PhD., RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: máj 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: Nový predmet	Názov predmetu: Dáta, znalosti, rozhodovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny, prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety: Modelovanie ekonomických procesov, Manažment informačných systémov	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Povinná účasť na seminároch a vypracovanie a prezentovanie záverečného projektu. Projekt môže byť aj tímový (max dvaja študenti)	
Výsledky vzdelávania: Problematika predmetu je poskytnúť študentom základné a potrebné znalosti, aby po absolvovaní kurzu, mohli určiť, kedy daná doména je naozaj veľmi komplexná, a koľko a akých rozhodnutí je nutné robiť pri manažovaní danej domény. Hlavným cieľom je tiež zistiť, ako analyzovať, navrhovať, implementovať a overiť systémy podpory rozhodovania (DSS), pre tento druh domén. Kľúčovými témami predmetu bude najmä integrácia modelov umelej inteligencie a štatistických modelov, a získavanie znalostí z dát.	
Stručná osnova predmetu: Prednášky: 1. Úvod Zložitosť reálnych systémov alebo domén. Potreba nástrojov pre podporu rozhodovania. 2. Rozhodnutia Rozhodnutia. Teória modelovania rozhodovacieho procesu. Učiacie sa metódy rozhodovania založené na dobývaní znalostí z dát. Umelé neuronové siete. Základné pojmy strojového učenia, rozpoznávanie a klasifikácia, redukcia dimenzionality rozhodovacích problémov klasifikačného typu, Výber najdôležitejších informácií pre rozhodovanie založený na výbere príznakov. Základné informácie o umelých neuronových sieťach ich použitie v ekonómii a finančníctve. Základné pojmy rozhodovania. Rozhodovací proces a jeho náplň, Základné typy rozhodovacích procesov. Princíp optimalizácie a satisfakcia, kvalita rozhodovania, roly informácií v rozhodovaní. Racionálne postupy riešenia rozhodovacích problémov v organizáciách. Situačná analýza, identifikácia rozhodovacích problémov, analýza a formulácia, identifikácia príčin, stanovenie kritérií hodnotenia. Tvorba variant, hodnotenie variant, výber varianty určenej na realizáciu, analýza potenciálnych problémov. Metódy rozhodovania za istoty. Influenčné diagramy, myšlienkové mapy, metódy tvorby variantov, metódy viackriteriálneho hodnotenia variant. Skupinové rozhodovanie a voľba štýlu rozhodovania. Miera participácie a štýl rozhodovania, vplyv miery participácie na organizáciu, prednosti a nevýhody skupinového rozhodovania, riadenie procesov skupinového rozhodovania. Model Vrooma a Yettona pre výber úspešného štýlu rozhodovania. Metódy rozhodovania za rizika a neistoty. Subjektívna pravdepodobnosť, rozhodovacie matice, pravidlá rozhodovanie za rizika a	

<p>neistoty. Simulácie metódou Monte Carlo. Tvorba portfólia rizikových variant. Nedostatky rizikového rozhodovania. Metódy výberu medzi alternatívami. Pravdepodobnostné stromy, rozhodovacie stromy, úskalia použitia očakávaných hodnôt. 3. Vývoj systémov pre podporu rozhodovania Historická perspektíva: manažérske informačné systémy, systémy pre podporu rozhodovania (DSS), pokročilé systémy pre podporu rozhodovania (ADSS), inteligentné systémy podpory rozhodovania (IDSS), BI (business intelligence), datamining, competitive intelligence, expertné systémy 4. Systémy pre podporu rozhodovania architektúra DSS, požiadavky na analýzu a design, výhody a nevýhody DSS, validácia implementácie DSS v počítači 5. Získavanie znalostí v DSS: od dát k modelom Dátová štruktúra, filtrovanie dát, znalostné modely - popisné modely - asociatívne modely - diskriminačné modely - prediktívne modely - pravdepodobnostné modely - fuzzy modely 6. Post - Processing a validácia modelu Post – processing, štatistické metódy pre overovanie hypotéz 7. Nástroje a aplikácie Softvérové nástroje pre rozvoj DSS, aplikácie DSS na reálne problémy 8. Budúce trendy v DSS Semináre: Riešenie praktických problémov a prípadových štúdií manažérskeho rozhodovania.</p>
<p>Odporúčaná literatúra: TURBAN, E.; ARONSON, J.E.; LIANG T-P, Decision Support Systems and Intelligent Systems, Pearson/Prentice Hall, 2005. POWER, Daniel J., Decision Support Systems: concepts and resources for managers, Greenwood Publishing Group, 2002 Davide Moraschi: Business Intelligence with MicroStrategy Cookbook, Packt Publishing, Birmingham 2013, ISBN 978-1-78217-975-7 Scott Plous: The Psychology of Judgment and Decision Making, McGraw-Hill - ISBN: 0070504776 Daniel Kahneman: Thinking, Fast and Slow, Farrar, Straus and Giroux - ISBN: 0374275637 (Hardcover); 0374533555 (Paperback); 0385676514 (Kindle); 0739357980 (Audio). Williams, F. & Monge, P.: Reasoning with Statistics: How to Read Quantitative Research (5th Edition), Harcourt College Publishers: Fort Worth, TX 2001, ISBN 0-15-50681-6 Shannon, D.M. & Davenport, M.A.: Using SPSS to Solve Statistical Problems: A Self Instruction Guide. Upper Saddle River NJ 2001: Prentice Hall FOTR, J. - ŠVECOVÁ, L. - HRŮZOVÁ, H. -- RICHTER, J. Manažerské rozhodování: postupy, metody a nástroje. Praha: Ekopress, 2010. 978-80-86929-59-0 FOTR, J. Manažerské rozhodování: postupy, metody a nástroje. Praha: Ekopress, 2006. 80-86929-15-9 HRŮZOVÁ, H. - RICHTER, J. - ŠVECOVÁ, L. Manažerské rozhodování (cvičebnice s řešenými příklady). 2003. 802454863</p>
<p>Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický</p>
<p>Poznámky:</p>
<p>Hodnotenie predmetov</p>
<p>Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD.</p>
<p>Dátum poslednej zmeny: máj 2014</p>
<p>Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.</p>

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: Nový predmet	Názov predmetu: Manažment softvérových projektov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2. semester	
Stupeň štúdia: 2.	
Podmieňujúce predmety:	
<p>Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra bude test a celkové hodnotenie bude udelené za semestrálnu prácu a jej prezentáciu.</p> <p>Aktívna účasť na seminároch – 10 %.</p> <p>Test – test 40 %</p> <p>Semestrálna práca a jej prezentácia na seminári alebo odovzdanie semestrálnej práce v elektronickej podobe a ústne preskúšanie 50 %</p>	
<p>Výsledky vzdelávania: Predmet sa zameriava na moderné metódy v manažmente softvérových projektov najmä smerom k agilným metodikám pri vývoji softvéru. Predmet rozvíja znalosti potrebné pre manažment vývoja a prevádzky softvérov a služieb informačných systémov. V priebehu softvérového projektu je rozhodujúce vedenie vývojového tímu, ciele, motivácia a metodický prístup k celému priebehu vývoja, nasadenia a prevádzky. Zároveň úloha manažéra ako vedúceho pracovníka rovnako ako člena tímu výrazne ovplyvňuje výkon ostatných členov a v konečnom dôsledku aj výsledok projektu. Znalosť problematiky, aktuálne problémy a výzvy ako aj súčasné metodické postupy pri riadení umožňujú zvýšiť efektivitu a zabezpečiť úspešnú realizáciu.</p> <p>Ciele, ktoré by mali byť dosiahnuté úspešným absolvovaním predmetu:</p> <p>a) Študent by mal pochopiť, akým otázkam a problémom čelia manažéri a i softvéroví vývojári v priebehu realizácie projektu vývoja súčasných softvérov alebo zavádzania inovácií informačných systémov alebo prevádzky služieb IKT a aké metódy vedenia tímu a riadenia projektu sú dnes používané.</p> <p>b) Študent ako budúci manažér v IT oblasti by sa mal naučiť robiť inteligentné rozhodnutia v priebehu životného cyklu vývoja softvéru.</p> <p>c) Pripraviť študentov k fundovanej účasti – či už ako manažéra alebo účastníka projektu - na vývoji alebo inovácií podnikového informačného systému.</p> <p>d) Pomôcť študentom uvedomiť si problémy, s ktorými manažment zápasí pri riadení softvérových tímov, zavádzaní inovatívnych informačných technológií a integrácií do podnikových informačných systémov.</p>	
<p>Stručná osnova predmetu:</p> <p>Semináre – tematický plán:</p> <p>Seminár 1 Softvérové inžinierstvo v súčasnosti</p> <p>Seminár 2 Životný cyklus vývoja softvéru</p> <p>Seminár 3 Projektový manažment v IT</p> <p>Seminár 4 Vodopádový model vývoja softvéru</p> <p>Seminár 5 Špirálový a evolučný model vývoja softvéru</p> <p>Seminár 6 Metodiky vývoja softvéru</p> <p>Seminár 7 RAD – rapid application development</p> <p>Seminár 8 Metodika RUP</p> <p>Seminár 9 Agilný prístup k vývoju softvéru a agilné metodiky</p> <p>Seminár 10 Extrémne programovanie</p> <p>Seminár 11 Metodika SCRUM</p> <p>Seminár 12 Moderné nástroje pre podporu projektového manažmentu v IT, TSF</p>	

<p>Seminár 13 Odhadovanie softvérových projektov Seminár 14 Ďalšie moderné prístupy: Kanban, Kaizen, Lean development, ASD Prípadové štúdie: V predmete budú podľa uváženia vyučujúceho zaradené rôzne prípadové štúdie. Študenti ich budú postupne podľa preberanej témy na seminári analyzovať a diskutovať. Aktívne zapájanie sa do diskusie je súčasťou hodnotenia. Prezentácie: Študenti by mali využívať softvér ako napríklad MS PowerPoint, MS Visual Studio, MS Project a Microsoft Visio</p>
<p>Odporúčaná literatúra: Alena Buchalceová, Metodiky vývoje a údržby informačných systémů, Grada Publishing, Praha 2004, ISBN: 80-247-1075-7 Petr Doucek, Řízení projektů informačních systémů, druhé vydání, Professional Publishing, Praha 2006, ISBN 80-86946-17-7 Petr Palet, Co programátory ve škole neučí: aneb Softwarové inženýrství v reálné praxi. Computer Press, Brno, 2003, ISBN 80-251-0073-1 Václav Kadlec, Agilní programování: Metodiky efektivního vývoje softwaru. Computer Press, Brno, 2004, ISBN 80-251-0342-0 Steve McConnel, Odhadování softwarových projektu, Computer Press, Brno, 2006, ISBN 80-251-1240-3 Steve McConnel, Dokonalý kód: Umění programování a techniky tvorby software,, Computer Press, Brno, 2006, ISBN 80-251-0849-X Originál: Code Complete, Second Edition. Microsoft Corp/Steve McConnell 2004</p>
<p>Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický</p>
<p>Poznámky:</p>
<p>Hodnotenie predmetov</p>
<p>Vyučujúci: RNDr. Michal Greguš, PhD., Ing. Jaroslava Kniežová, PhD.</p>
<p>Dátum poslednej zmeny: máj 2014</p>
<p>Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.</p>

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KIS/104M/10 FM.KIS/104ME/10			Názov predmetu: Podnikové procesy a softvérové inžinierstvo		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny, prednáška/seminár, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 6					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.					
Stupeň štúdia: 2.					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: 60 bodov, celkovo (spolu s priebežným hodnotením): 100 – 91 známka A, 90 – 81 známka B, 80 – 73 známka C, 72 – 66 známka D, 65 – 60 známka E, 59 – 0 známka FX (neúspešné absolvovanie)					
Výsledky vzdelávania: Študenti si osvoja základy procesného riadenia, podstatu procesov, osvoja si poznatky o modelovaní procesov v organizácii. Dôraz je kladený na informačnú podporu procesov. Študenti si tiež osvoja základné princípy softvérového inžinierstva ako nástroja pre zabezpečenie potrebnej informačnej podpory procesov pre manažment podniku					
Stručná osnova predmetu: Proces – podstata, čo je potrebné definovať pre proces Účastníci procesu, rozdelenie procesov, životný cyklus procesu Nástroje pre modelovanie procesov, CABE a CASE nástroje Úrovne poznávania procesov, sledované ciele pri zlepšovaní Modelované pohľady na systém Tvorba IS pre organizácie, úloha IS pre manažment podniku Modelovanie softvéru, pravidiel, princípy					
Odporúčaná literatúra: 1. Svozilová, A.: Zlepšování podnikových procesů, Grada Publishing, 2011 2. Řepa, V.: Podnikové procesy, Grada Publishing, 2007 3. ARLOW, J., NeuSTADT, I.: Uml 2 and the Unified Process: Practical Object-Oriented Analysis and Design, 2nd Edition, Pearson Education, Inc, Addison Wesley Professional, 2005					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 62					
A	B	C	D	E	FX
77,42	6,45	9,68	1,61	1,61	3,23
Vyučujúci: Ing. Jaroslava Kniežová, PhD., prof. Ing. Stojan Russev, CSc.					
Dátum poslednej zmeny: máj 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/056M/09 FM.KIS/056ME/09	Názov predmetu: Stratégia organizácie v IKT
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny, prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3. semester	
Stupeň štúdia: 2.	
Podmieňujúce predmety: Manažment informačných systémov	
Podmienky na absolvovanie predmetu: priebežný test (midterm) za 40 bodov a vypracovanie prezentácie prideleného vedeckého článku, resp. vypracovanie prezentácie na zadanú tému 40 bodov a samotná prezentácia s diskusiou 20 bodov.	
<p>Výsledky vzdelávania: Naučiť študentov zosúladiť strategické ciele organizácie a informačné systémy na získanie konkurenčnej výhody:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pochopiť základné problémy v oblasti manažmentu informačných systémov • Pochopiť princípy potrebné na prekonanie výziev, ktorým manažéri čelia vzhľadom k týmto dynamicky sa rozvíjajúcim technológiám. • Vedieť, ako používať tieto princípy. • Pochopiť strategické i operačné problémy vznikajúce v tomto prostredí. • Pochopiť, že súčasné stratégie aj operačné rozhodnutia nemusia byť správne v dynamickom prostredí budúcnosti. <p>Vzhľadom k jednému z hlavných cieľov predmetu budú študenti na konci semestra tiež schopní:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pochopiť a kriticky zhodnotiť spôsoby, ako vedci a podnikatelia definujú e- služby a ich manažment; • formulovať motiváciu pre manažmentu e-služieb a inžinierstva služieb a dať svoje vlastné skúsenosti do vzťahu so študovanou teóriou; • aplikovať teórie, ktoré sa objavujú v oblasti manažmentu a inžinierstva e-služieb, a identifikovať existujúce obmedzenia pri aplikácii týchto teórií; • identifikovať multidisciplinárne aspekty výskumných projektov e-service manažmentu; • preukázať, akým spôsobom sa organizácie menia, čo robia, ako inovatívne využívajú servisne- orientované technológie a diskutovať o dôsledkoch týchto zmien; • vyhodnotiť spôsoby, akými sociálne výpočtové technológie poskytujú inovácie v oblasti e-služieb; • popísať a diskutovať všeobecne o servisne orientovanej architektúre a ako môže byť použitá na tvorbu služieb. 	
<p>Stručná osnova predmetu:</p> <p>Tento predmet má za cieľ prezentovať princípy a pojmy spojené s manažmentom zdrojov organizačných informačných technológií. Zahŕňa CIO funkcie, plánovanie informačných systémov, IT Projektový manažment, právne a odborné problémy a strategický vplyv informačných systémov a informačných technológií.</p> <p>Vzhľadom k tomu že v súčasnom IT podnikaní hrajú strategickú úlohu služby, tak hlavným cieľom predmetu je poskytnúť študentom aktuálne kvalitatívne a kvantitatívne znalosti a zručnosti v odbore e-service manažmentu a príbuzných odboroch potrebné k modelovaniu kľúčových rozhodnutí a výkonnostné metriky spojené so službami, vrátane riadenia zdrojov, distribúciu tovarov a služieb zákazníkom, a analýzy a návrhu systémov služieb.</p>	
<p>Odporúčaná literatúra:</p> <p>Carol V. Brown, et.al.: Managing Information Technology, 7th edition, Pearson/Prentice Hall., New York 2011, ISBN-13: 978-0132146326</p>	

Kathy Schwalbe: Řízení projektů v IT, Computer Press, Brno 2007, ISBN 978-80-251-1526-8					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov: uvádza sa reálny počet hodnotených študentov od zavedenia predmetu po jeho poslednú aktualizáciu					
A	B	C	D	E	FX
a	b	c	d	e	f
Uvádza sa percentuálny podiel hodnotených študentov, ktorí získali po zapísaní predmetu hodnotenie A, B, ... FX. Celkový súčet a, b, c, d, e, f je 100. Ak študent v jednom roku získal FX a po ďalšom zapísaní predmetu hodnotenie D, zohľadnia sa obe jeho hodnotenia.					
Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., prof. Ing. Stojan Russev, CSc., Ing. Vincent Karovič, PhD. Ing. Miroslav Baláž, PhD., RNDr. Zuzana Kovačičová, PhD., Ing. Jaroslava Kniežová, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: máj 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KIS/080ME/10 FM.KIS/080M/00	Názov predmetu: Znalostný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2./4.	
Stupeň štúdia: 2. stupeň	
Podmieňujúce predmety:	
<p>Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra študent vypracuje samostatne dva projekty. Zadania projektov učiteľ upresní prostredníctvom konzultácií.</p> <p>Prvý projekt je zameraný na spracovanie základných informácií o prístupoch a cieľoch manažmentu znalostí (knowledge management) podľa dostupných literárnych zdrojov. Hodnotí sa úroveň zdôvodnenia, obsahová a formálna úroveň elektronickej, textovej, prípadne verbálnej prezentácie výsledku projektu.</p> <p>Druhý projekt je zameraný na samostatný pokus o uplatnenie prístupov manažmentu znalostí v študentom vybratej oblasti či organizácii. Študent si samostatne (s možnosťou konzultovať svoj výber s učiteľom) vyberie oblasť alebo organizáciu, v ktorej by chcel uvažovať o zavedení manažmentu znalostí a navrhne podľa svojich predstáv konceptuálny návrh metodiky zavedenia manažmentu znalostí pre zvolenú oblasť (organizáciu). Prevedie analýzu svojej predstavy, identifikuje zdroje znalostí, posúdi potrebu a možné zdroje ďalších (doplňujúcich) znalostí, navrhne postup, ako by sa táto predstava dala realizovať. Výsledok projektu spracuje do správy v rozsahu cca 20 tis. znakov (vrátane medzier, t.j. asi 10 strán) a prednesie v rámci diskusie na seminári s ostatnými študentmi a s učiteľom. Po prezentácii nasleduje oponentsky ladená diskusia. Hodnotí sa vecný výsledok projektu, obsah a forma správy, ktorú o nej študent podáva, a úroveň diskusie v rámci oponentúry. Druhý projekt môže byť tímový(max dvaja študenti)</p> <p>Prvý projekt max 40 bodov, druhý max 60 bodov.</p>	
Výsledky vzdelávania	
Po absolvovaní predmetu bude študent schopný:	
<ol style="list-style-type: none"> Orientovať sa na úrovni očakávanej od špecialistu v oblasti znalostného manažmentu v problematike manažmentu znalostí ako technológie efektívnej práce s poznatkami, i v oblasti znalostného manažmentu ako na znalostiach založeného riadenia organizácie. Chápať význam základných pojmov a postupov, ktoré sa v tejto disciplíne používajú a mať profesionálne objektívny pohľad na jej možnosti a ohraničenia. Poznať základné údaje o histórii, technických a intelektuálnych koreňoch a súvislostiach problematiky manažmentu znalostí s inými príbuznými disciplínami, hlavne s oblasťou znalostných systémov, ale i so špecializovanými manažérskymi disciplínami. Poznať základný životný cyklus znalostí v organizácii. Poznať a rozlišovať zmysel rôznych dimenzií práce so znalosťami. Poznať vybrané existujúce a možné aplikácie manažmentu znalostí, chápať ich význam pre nasadenie v moderných typoch organizácií. Chápať súvislosti medzi rozvojom počítačového spracovania znalostí a znalostnými systémami, počítačovo podporovanými metódami získavania znalostí, znalostného inžinierstva, manažmentu znalostí a znalostného manažmentu. Identifikovať v súčasných trendoch rozvoja manažmentu organizácií tie, ktoré sú z hľadiska znalostného manažmentu obzvlášť perspektívne, alebo ktoré predstavujú pre znalostný manažment zvlášť významné výzvy. 	
Stručná osnova predmetu:	
Cieľom prednášky je uviesť do problematiky získavania, počítačového uchovávanía, ďalšieho	

šírenia, zdieľania a aplikácie poznatkov, a to v miere, potrebnej pre vytvorenie si základnej profesionálnej predstavy o modernej oblasti práce s poznatkami, známej pod pomenovaním „knowledge management“, pričom v predmete zohľadníme oba možné obsahy tejto oblasti: manažment znalostí i znalostný manažment. Manažment znalostí budeme chápať viac ako technologické zázemie pre efektívnu prácu s poznatkami, zatiaľ čo znalostný manažment bude reprezentovať na znalostiach (poznatkoch) založený manažment organizácie

Odporúčaná literatúra:

Irma Becerra-Fernandez and Rajiv Sabherwal: Knowledge management: systems and processes, M.E. Sharpe, Inc., New York 2010, ISBN 978-0-7656-2351-5

Patrick van Bommel, ed.: Transformation of knowledge, information and data: theory and applications, Idea Group Inc., London 2005, ISBN 1-59140-527-0

Murray E. Jennex: Knowledge Management: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications, Information Science Reference, London 2008, ISBN-13: 978-1-59904-934-2 (ebook)

Karl M. Wiig: People-Focused Knowledge Management: How Effective Decision Making Leads to Corporate Success, Elsevier Inc., Oxford 2004, ISBN: 0-7506-7777-5

Bureš, V.: Znalostní management a proces jeho zavádění: příručka pro praxi, Grada Publishing, Praha, 2007

Mládková, L.: Management znalostí v praxi. Professional Publishing, Praha, 2004

Truneček, J.: Management znalostí. Nakladatelství C.H.Beck, Praha, 2004

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 45

A	B	C	D	E	FX
23,1	30,25	25,31	10,14	8,2	3,0

Vyučujúci: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD., Ing. Peter Balco, PhD., Ing. Vincent Karovič, prof. Ing. Stojan Russev, PhD.

Dátum poslednej zmeny: máj 2014

Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KMn/008M/00 FM.KMn/008ME/00			Názov predmetu: Komunikácia v manažmente		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, prednáška, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 3					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.					
Stupeň štúdia: 2.					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % – prezentácia seminárnej práce, aktívna účasť pri nácviku komunikačných zručností, 80 % – záverečná skúška. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.					
Výsledky vzdelávania: Predmet poskytuje ucelené základné poznatky z oblasti komunikácie v manažmente. Obsah predmetu sa zameriava na rozvíjanie manažérskych komunikačných schopností a zručností študentov. Študenti majú možnosť prostredníctvom aktívnej participácie získať praktické skúsenosti v danej oblasti.					
Stručná osnova predmetu: <ul style="list-style-type: none"> • Komunikácia v organizácii – typy, prostriedky. • Komunikačné zručnosti. • Rozhovor a jeho efektívne vedenie • Aktívne počúvanie. • Asertivita v komunikácii. • Empatia v komunikácii. • Emocionálna inteligencia. • Efektívne vedenie porady a vyjednávacieho procesu. • Interkultúrne špecifiká v komunikačnom procese. • Prezentačné schopnosti – teória + nácvik. • Interaktívne cvičenia. 					
Odporúčaná literatúra: Sulíková, R.: Psychológia pre manažérov. Kartprint. Bratislava, 2012. Thill, J. V., Boveé, C. L.: Business Communication Essentials. Pearson. New Jersey, 2012. Novák, T., Capponi, V: Asertivně do života. Grada, 2004. Khelerová, V.: Komunikační a obchodní dovednosti manažéra. Grada. Praha, 1999. Whetten, D. A., Cameron, K. S.: Developing management skills. Adison -Wesley Educational Publishers Inc. New York, 1998.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 604					
A	B	C	D	E	FX
61,09	21,52	9,11	5,3	2,48	0,5
Vyučujúci: doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD., doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc.					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/038M/10 FM.KMk/038ME/10	Názov predmetu: Marketingové aplikácie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2./3.	
Stupeň štúdia: 2. stupeň	
Podmieňujúce predmety: Marketing manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra budú štyri písomné previerky po 20 bodoch, 20 bodov môže získať študent za priebežnú aktivitu na hodinách od pedagóga. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Kredity sa neudelia študentovi, ktorý z niektorej písomnej previerky získa menej ako 10 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu Marketingové aplikácie získa základné teoretické poznatky a vedomosti o využití marketingovej teórie v rôznych odvetviach alebo aplikáciách. Dokáže riešiť základné problémy marketingu v daných odvetviach. Absolvent daného predmetu spoľahlivo komunikuje v predmetnej oblasti v anglickom, príp. ďalšom cudzom jazyku a vie si poradiť v marketingovými problémami v podnikoch pôsobiacich v rôznych odvetviach.	
Stručná osnova predmetu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Aplikácia marketingu v cestovnom ruchu – prednáška 2. Aplikácia marketingu v cestovnom ruchu – seminár 3. Aplikácia marketingu v službách – prednáška 4. Aplikácia marketingu v službách – seminár 5. Aplikácia marketingu v kúpeľníctve – prednáška 6. Aplikácia marketingu v kúpeľníctve – seminár 7. Aplikácia marketingu v hotelierstve – prednáška 8. Aplikácia marketingu v hotelierstve – seminár 9. Aplikácia marketingu zdravotníctve – prednáška 10. Aplikácia marketingu v zdravotníctve – seminár 11. Aplikácia marketingu v obchode – prednáška 12. Aplikácia marketingu v obchode – seminár 13. Aplikácia marketingu v stavebníctve – prednáška 14. Aplikácia marketingu v stavebníctve – seminár 	
Odporúčaná literatúra: <ol style="list-style-type: none"> 1. ELIÁŠOVÁ, D. 2007. Kúpeľníctvo. Bratislava: Ekonóm, 2007. 141 s. ISBN 978-80-225-2452-0 2. STRÁŽOVSKÁ, H. – STRÁŽOVSKÁ, L. a kol. 2014. Náuka o obchodnom podnikaní. Bratislava: Sprint, 2014. 334 s. ISBN 978-80-89393-98-5 3. BOROVSÝ, J. – SMOLKOVÁ, E. – NIŇAJOVÁ, I. 2008. Cestovný ruch – trendy a perspektívy. Bratislava: Iura Edition, 2008. 257 s. ISBN 978-80-8078-215-3. 4. BARTÁKOVÁ, G. – CIBÁKOVÁ, V. – ŠTARCHOŇ, P. a kol. 2007. Základy marketingu. Bratislava: 228 s.r.o. 255 s. ISBN 978-80-969588-3-2 5. Vzhľadom na nové a dostupné zdroje bude priebežne aktualizovaná. 	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický jazyk	

Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Počet hodnotených študentov: 30					
A	B	C	D	E	FX
43,06	28,82	15,63	7,99	2,08	2,43
Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., doc. Ing. Mgr. Ľubomíra Strážovská, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/028ME/00 FM.KMk/028M/00	Názov predmetu: Marketingový výskum
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny (24 hodín/24 hodín), prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2. semester/4. semester	
Stupeň štúdia: 2. stupeň	
Podmieňujúce predmety: Marketing manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Práca na výskumných úlohách počas semestra. Záverečné hodnotenie je formou skúšky (60 percent) a výskumných úloh zo seminárov (40 percent). Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu budú študenti schopní analyzovať a interpretovať dáta, ktoré sa využívajú v marketingovej praxi. Získajú schopnosti a zručnosti, ktoré vyžaduje práca v riadiacich a odborných útvaroch, ktoré využívajú informácie v rámci marketingového riadenia spoločnosti. Študenti budú spôsobilí na riešenie komplexných problémov súvisiacich s výskumom a analýzou trhu a zákazníka.	
<p>Stručná osnova predmetu:</p> <p><u>Úloha výskumu v oblasti marketingu</u> - trendy, definícia, rozsah</p> <p><u>Výberové zisťovanie</u> - výhody, nevýhody využitia vzorky vo výskume, proces a metódy výberu vzorky, výpočet veľkosti vzorky</p> <p><u>Základné výskumné metódy</u> - pozorovanie, dopytovanie, experiment, primárny a sekundárny výskum</p> <p><u>Kvalitatívny vs kvantitatívny výskum</u> Rozdiely, oblasti využitia, spôsoby vyhodnocovania</p> <p><u>Spracovanie dát</u> - deskriptívna analýza, jednorozmerná analýza a viacrozmerná analýza, statické a dynamické analýzy</p> <p><u>Testovanie hypotéz</u> - stanovenie hypotézy, hladina významnosti, typy testov a výber vhodnej metódy</p> <p><u>Aplikácia výskumu v oblasti marketingu</u> - zhluková analýza na identifikáciu trhových segmentov, conjoint analýza na výskum produktu, multidimenzionálne škálovanie na určenie trhovej pozície</p> <p><u>Internet a výskum</u> - AB testovanie, výskum nákupného správania, meranie efektívnosti e-marketingu</p> <p><u>Data mining</u> - prediktívne analýzy, analýza nákupného koša</p>	
Odporúčaná literatúra:	
1. Online marketing: Sheehan, Brian., Lausanne, Switzerland: AVA Academia., 2010, online	

zdroj: URL <http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10443179>

2. Market Research in Practice: A Guide to the Basics. Hague, Paul N. Hague, Nick. Pages: 257
Publisher: Kogan Page Ltd.2004. online zdroj:
<http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10084442>
3. Data mining techniques: for marketing, sales, and customer relationship management / Berry, Michael J. A., Indianapolis, Ind.: Wiley Pub., Inc., 2011, online zdroj: URL
<http://site.ebrary.com/lib/uniba/Doc?id=10513818>

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 966

A	B	C	D	E	FX
34,84	19,95	17,55	13,56	8,24	5,85

Vyučujúci: doc. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., Mgr. Lucia Vilčeková, PhD., Mgr. František Olšavský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: apríl 2014

Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/030ME/00 FM.KMk/030M/00	Názov predmetu: Medzinárodný marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny (24 hodín/24 hodín), prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3. semester/5. semester	
Stupeň štúdia: 2. stupeň	
Podmieňujúce predmety: Marketing manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: 40 % – aktívna účasť na seminároch (v prípade neospravedlnenej neúčasti alebo nepripravenosti na seminár strata 10 %), priebežné hodnotenie (písomný test – 0 %, možná strata 10 %), semestrálny projekt – aplikácia získaných teoretických znalostí na vybranú organizáciu – 20 %, semestrálna práca na vopred zvolenú a schválenú tému – 20 %. Záverečné hodnotenie: 60 % – záverečný písomný test. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študenti po absolvovaní predmetu Medzinárodný marketing získajú možnosť hlbšieho poznania problematiky pôsobenia a činnosti podnikateľských subjektov v prostredí medzinárodného a svetového trhu, ako aj orientácie v prostredí medzinárodných trhov, určovania vhodných stratégií pre vstup na dané trhy, ako aj aplikácie prvkov marketingového mixu v medzinárodnom kontexte. Predmet umožňuje odhadovať a analyzovať medzinárodné prostredie, určiť vhodnú stratégiu pre vstup na medzinárodný trh a porozumieť aplikácii prvkov marketingového mixu v kontexte medzinárodného prostredia.	
Stručná osnova predmetu:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Medzinárodný marketing – úvod do problematiky. Medzinárodný marketing a obchod. 2. Medzinárodné trhy a medzinárodný marketingový výskum. 3. Medzinárodné marketingové prostredie. 4. Stratégie vstupu na zahraničné trhy. 5. Medzinárodná segmentácia trhu, výber cieľových trhov a tvorba trhovej pozície. 6. Medzinárodný marketingový mix. 7. Produkt. Značka a budovanie značky v medzinárodnom kontexte. 8. Vstup na zahraničné trhy a medzinárodná distribúcia. Doprava a medzinárodná logistika. 9. Cena a cenové stratégie. Medzinárodný platobný systém. 10. Marketingová komunikácia a jej špecifiká v medzinárodnom kontexte. 11. Implementácia marketingových stratégií na medzinárodných trhoch. 12. Procesy globalizácie. Vplyv európskeho priestoru na marketing. 	
Odporúčaná literatúra:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. CZINKOTA, M. R. – RONKAINEN, I. A. 2010. <i>Principles of international marketing</i>. South-Western, Cengage Learning, 2010. 693 p. ISBN 978-1-4390-4137-6 2. MELAWAR, T. C. – GUPTA, S. 2012. <i>Strategic International Marketing. An Advance Perspective</i>. Palgrave Mcmillan, 2012. ISBN 978-0-230-58024-4. 3. MACHKOVÁ, H. 2009. <i>Mezinárodní marketing. 3., aktualizované a přepracované vydání</i>. Praha: Grada Publishing, 2009. 200 s. ISBN 978-80-247-2986-2 4. SMOLKOVÁ, E. – ŠTARCHOŇ, P. et al. 2013. <i>Značky a slovenský zákazník</i>. Bratislava: 	

Univerzita Komenského v Bratislave., 2013. 178 s. ISBN 978-80-223-3535-5					
5. Vzhľadom na nové a dostupné zdroje bude priebežne aktualizovaná.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický jazyk					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov					
Počet hodnotených študentov 335					
A	B	C	D	E	FX
23,14	27,29	20,09	15,72	13,1	0,66
Vyučujúci: doc. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., Mgr. František Olšavský, PhD., Mgr. Samuel Smolka, Mgr. Peter Kravec					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: nový predmet	Názov predmetu: Strategický marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny, prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1./2. semester	
Stupeň štúdia: 2. stupeň	
Podmieňujúce predmety: FM.KMk/016M/09 Marketing manažment	
<p>Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra študenti prezentujú 2 projekty, prvý o vybranej analytickej metóde, druhý o návrhu a implementácii strategického marketingového plánu. Záverečnou prácou bude semestrálny projekt v rozsahu 15 strán – podrobný strategický marketingový plán podniku. Študenti môžu pracovať v menších tímoch. V priebehu semestra majú študenti možnosť získať 50 % hodnotenia, v skúšobnom období 50 %. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov. Ak študent získa menej ako 60 bodov, nevyhovelo a bude mu udelené hodnotenie Fx.</p>	
<p>Výsledky vzdelávania: Študent získa teoretické poznatky o strategických marketingových analýzach, cieľoch a procesoch ovplyvňujúcich marketingové ciele podniku. Predmet mu umožní uchopiť strategické marketingové aktivity na úrovni podniku, oboznámi ho s rôznymi metódami a prístupmi strategickej marketingovej analýzy. Študent po absolvovaní predmetu má vedieť urobiť kvalifikovaný výber analytických metód a postupov a vedieť zostaviť strategický marketingový plán. Vie analýzy vyhodnocovať, využívať a komplexne riešiť strategické marketingové aktivity podniku.</p>	
<p>Stručná osnova predmetu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing manažment, strategický manažment, strategický marketing, marketingová stratégia – pojmy a ich významy. 2. Strategické myslenie. Pojem stratégia - genéza. Typy stratégií a strategické ciele. Lokálne a globálne stratégie. Strategický manažment – pojem, významy, fungovanie. Strategický plán ako východisko strategického marketingového plánu. 3. Vízia, poslanie, stratégia, strategické ciele, ciele jednotlivých funkčných oblastí – koncipovanie cieľov, a ich implementácia. Strategické analýzy a analýzy funkčných oblastí podniku. Konkurencieschopnosť podniku – význam strategických a marketingových cieľov pre tvorbu konkurenčných výhod podniku. 4. Konkurenčné výhody, ich tvorba a využívanie. Typy konkurenčných výhod a ich implementácia. Konkurenčné stratégie, typy konkurenčných stratégií a ich kombinovanie na úrovni firmy. Tvorba nových konkurenčných výhod, inovácie a zmena produktového radu. 5. Homogénna a heterogénna firma – firma pôsobiaca v jednom a vo viacerých odvetviach. Strategické kompetencie a tvorba strategických plánov a strategických marketingových plánov na úrovni strategických podnikateľských jednotiek. 6. Marketingová stratégia a proces marketingového riadenia. Analýza strategickej pozície, strategická a marketingová situačná analýza, ich využitie. Marketingové prostredie. 7. Analýza prostredia – makroprostredia, analýza PESTLE, analýza interakčného prostredia a analýza prostredia odvetvia. Charakteristika odvetvia, hybné sily v odvetví, životný cyklus odvetvia, atraktivita odvetvia. Porterov model 5 síl. Proces vyhodnotenia externých analýz 8. Interná analýza podniku – analýzy konkurencieschopnosti, hodnotenie konkurenčnej pozície, 	

plánovanie konkurenčnej pozície. Pomenovanie alternatív - stanovenie strategickej orientácie firmy a orientácie trhu, na ktorých chce podnik pôsobiť. Vzťahy s konkurenciou. Strategické skupiny v odvetví.

9. Metódy strategickej marketingovej analýzy - ABC, RMF, RADAR, analýzy potrieb a spokojnosti zákazníkov
10. Benchmarking ako metóda strategickej marketingovej analýzy, benchmarking ako proces. Typy a formy benchmarkingu a jeho využitie. Výhody a nevýhody benchmarkingu, úspešný a neúspešný benchmarking.
11. Portfóliové analýzy – analýzy produktového portfólia, portfólia strategických podnikateľských jednotiek a portfólia značiek. Analýza strategickej pozície. Možnosti vytvárania synergie v portfóliu. Strategická výhoda.
12. Strategický marketingový plán – tvorba, verifikácia a implementácia. Organizačné usporiadanie a začlenenie marketingových aktivít. Úspešná a neúspešná implementácia, Marketingová kontrola a zmena.
13. Marketingový plán jeho zmena – marketingový audit, rastová, stabilizačná a útlmová marketingová stratégia. Krízová marketingová stratégia. Reakcia na alternatívne podnety, reakcia na krízu, zmena marketingovej politiky.

Odporúčaná literatúra:

1. HORÁKOVÁ, H.: Strategický marketing. Praha: Grada Publishing 2005
2. JAKUBÍKOVÁ, D.: Strategický marketing, stratégie a trendy. Praha: Grada Publishing 2008
3. KOTLER, P. – KELLER, K. L. – BRADY, M. – GOODMAN, M. – HANSEN, T.: Marketing Management. Harlow: Pearson Education Limited, 2012
4. LESÁKOVÁ, D.: Strategický marketing. Bratislava: Sprint, 2007
5. DUDINSKÁ E, BUDAJOVÁ, G., BUDAJ, P.: Analýzy v marketingovom plánovaní. Poprad: Vydavateľstvo Michala Vaška 2006
6. CHEBEŇ, J.: Strategický marketingový plán. Bratislava: Ekonom 2009
7. DRUMOND, G., ENSOR, J., ASHFORD, R.: Strategic marketing, planning and control. 2002. Oxford. ISBN 978-0756-8271-8. Dostupné na:
http://books.google.sk/books?id=WrmLizZH3RoC&printsec=frontcover&dq=strategic+marketing&hl=en&sa=X&ei=noNjU7HyNOvB7AalloHICA&redir_esc=y#v=onepage&q=strategic%20marketing&f=false
8. WILSON, R., M., S., GILLIGAN, C. Strategic marketing management – planning, implementation and Control. 2005. Oxford. ISBN 0-7506-5938-6 Dostupné na:
http://books.google.sk/books?id=bvv-zibROUC&printsec=frontcover&dq=strategic+marketing&hl=en&sa=X&ei=noNjU7HyNOvB7AalloHICA&redir_esc=y#v=onepage&q=strategic%20marketing&f=false

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

A	B	C	D	E	FX
a	b	c	d	e	f

Vyučujúci: doc. PhDr. Eva Smolková, CSc.

Dátum poslednej zmeny: apríl 2014

Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KMn/008M/00 FM.KMn/008ME/00			Názov predmetu: Komunikácia v manažmente		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, prednáška, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 3					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.					
Stupeň štúdia: 2.					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % – prezentácia seminárnej práce, aktívna účasť pri nácviku komunikačných zručností, 80 % – záverečná skúška. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.					
Výsledky vzdelávania: Predmet poskytuje ucelené základné poznatky z oblasti komunikácie v manažmente. Obsah predmetu sa zameriava na rozvíjanie manažérskych komunikačných schopností a zručností študentov. Študenti majú možnosť prostredníctvom aktívnej participácie získať praktické skúsenosti v danej oblasti.					
Stručná osnova predmetu: <ul style="list-style-type: none"> • Komunikácia v organizácii – typy, prostriedky. • Komunikačné zručnosti. • Rozhovor a jeho efektívne vedenie • Aktívne počúvanie. • Asertivita v komunikácii. • Empatia v komunikácii. • Emocionálna inteligencia. • Efektívne vedenie porady a vyjednávacieho procesu. • Interkultúrne špecifiká v komunikačnom procese. • Prezentačné schopnosti – teória + nácvik. • Interaktívne cvičenia. 					
Odporúčaná literatúra: Sulíková, R.: Psychológia pre manažérov. Kartprint. Bratislava, 2012. Thill, J. V., Boveé, C. L.: Business Communication Essentials. Pearson. New Jersey, 2012. Novák, T., Capponi, V: Asertivně do života. Grada, 2004. Khelerová, V.: Komunikační a obchodní dovednosti manažéra. Grada. Praha, 1999. Whetten, D. A., Cameron, K. S.: Developing management skills. Adison -Wesley Educational Publishers Inc. New York, 1998.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 604					
A	B	C	D	E	FX
61,09	21,52	9,11	5,3	2,48	0,5
Vyučujúci: doc. PhDr. Rozália Sulíková, PhD., doc. PhDr. Magdaléna Samuhelová, CSc.					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/019M/12 FM.KMn/019ME/12	Názov predmetu: Manažment v globálnom prostredí
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 20 % - prezentácia analýzy, 10 % - aktívna účasť v diskusiách a pri posudzovaní prípadových štúdií, 30% - test, 40 % – vypracovanie analýzy (prípadovej štúdie). Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Predmet podporuje schopnosť študentov analyzovať a pochopiť zmeny v podnikateľskom prostredí v dôsledku procesov globalizácie a sprostredkúva študentom príbehy manažérov, ktorí uspeli v globálnom podnikaní. Poznatky o špecifikách manažmentu v globálnom prostredí patria medzi kľúčové faktory formovania kompetentnosti absolventov fakulty. Vypracovanie prípadových štúdií rozvíja analytické zručnosti študentov a umožňuje poznať konkrétne príklady globálne úspešných firiem a pochopiť kľúčové faktory úspešnosti podnikania v globálnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Globalizácia a globálne prostredie, dôsledky a riziká globalizácie. 2. Vplyv medzinárodných svetových a regionálnych organizácií na vytváranie podnikateľského prostredia a prostredia manažmentu. 3. Analýza zdrojov firmy pri vstupe do medzinárodného podnikania. 4. Analýza prostredia pre globálne podnikanie. 5. Formy vstupu na zahraničné trhy, zvažovanie výhod/nevýhod. 6. Investičné formy zahraničného podnikania. 7. Neinvestičné formy podnikania. 8. Strategické aspekty vstupu na zahraničné trhy I. (Prečo? Kde? vstúpiť) 9. Strategické aspekty vstupu na zahraničné trhy II. (Kedy? Ako? Vstúpiť) 10. Relevantné ekonomické politiky EÚ. 11. Súťažné pravidlá v globálnom podnikaní. 12. Vedenie ľudí v globálnom prostredí. 13. Manažment ľudských zdrojov v globálnom prostredí. 14. Kultúrne a behaviorálne aspekty globálneho manažmentu. 	
Odporúčaná literatúra: <ol style="list-style-type: none"> 1. BAJZÍKOVÁ, Ľ., PIŠKANIN, A., LAŠÁKOVÁ, A.: Manažment v globálnom prostredí, Ofprint, 2010, Bratislava. 2. GONCALVES, Marcus, PORTER, E. Brian: Global Managemnt Strategies., ASME, 2008. 3. KVINT, V.: The Global Emerging Market: Strategic Managemnt and Economics. Routledge, 2009. 4. PENG, M., MEYER, K.: International Business, Cengage Learning EMEA, London, 2011. 	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický	
Poznámky:	
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 66	

A	B	C	D	E	FX
21,5	32,5	19.1	13,5	12,5	0,9
Vyučujúci: doc. Ing. Daniela Zemanovičová, CSc., prof. Ing. Ľubica Bajzíkova, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/022M/00 FM.KMn/022M/00	Názov predmetu: Medzinárodný manažment ľudských zdrojov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny (24 hodín/24 hodín), prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2. semester, 4. semester	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Individuálna semestrálna práca (25 %), tímová prezentácia (20 %), aktívna účasť na riešení úloh na seminároch (15 %), písomná skúška (40 %). Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s problematikou manažmentu ľudských zdrojov v nadnárodných organizáciách, ktoré pôsobia v medzinárodnom prostredí s dôrazom na pochopenie rozdielov v zamestnaneckých vzťahoch v jednotlivých krajinách.	
Stručná osnova predmetu: 1. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov – úvod do kurzu 2. Úvod do európskeho MLZ. 3. Funkcie medzinárodného MLZ (nábor, výber, vzdelávanie, rozvoj a kariéra, motivácia a odmeňovanie medzinárodného pracovníka). 4. Priemyselné vzťahy v Európe. 5. Participácia zamestnancov a zamestnanecké rady. Formy flexibilnej organizácie práce. 6. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Veľkej Británii. 7. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Nemecku. 8. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Francúzsku. 9. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Taliansku. 10. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Strednej Európe (Česká Republika, Slovensko, Slovinsko, Maďarsko, Poľsko) a ich porovnanie. 11. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Ázii (Južná Kórea, Japonsko, Čína, Singapur) a ich porovnanie. 12. Prezentácie študentov. 13. Prezentácie študentov.	
Odporúčaná literatúra: Scholz Ch. – Böhm, H.: Human Resource Management in Europe (Comparative analysis and contextual understanding). Routledge. 2008. Hollinshead, G. – Leat, M.: Human Resource Management (an international and comparative perspective on the employment relationship). Pitman Publishing. 1994. Kirkbride, P.S.: Human Resource Management in Europe (perspectives for the 1990's). Routledge. 1994. Sparrow, P. – Hiltrop, J.M. European Human Resource Management in Transition. Prentice Hall. 1994. Journal of HRM, Bratislava, Faculty of Management, Slovakia 1998-2013.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický	
Poznámky:	
Hodnotenie predmetov	

Celkový počet hodnotených študentov: 460					
A	B	C	D	E	FX
34,78	30,87	17,17	8,48	3,48	3,48
Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., Mgr. Zuzana Búciová, PhD.,					
Dátum poslednej zmeny: september 2013					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KMn/038M/00 FM.KMn/038ME/00			Názov predmetu: Organizačné kultúry (európske špecifiká)		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny, prednáška/seminár, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 6					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2, 3					
Stupeň štúdia: 2.					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu: 30 % – vypracovanie seminárnej práce a jej prezentácia 15% – aktívna účasť v diskusiách a pri riešení prípadových štúdií 55 % – záverečná písomná skúška Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.					
Výsledky vzdelávania: Obsah predmetu je zameraný na pochopenie rozdielov v kultúrnom vývoji európskych štátov a ich odraz v organizačných kultúrach ako základu pre typológiu organizačných kultúr. Hlavné vzdelávacie výstupy predmetu: Študent získa vedomosti o odlišnostiach organizačných kultúr a ich vplyvu na fungovanie organizácií v európskom kontexte. Prostredníctvom štúdia relevantných zdrojov, individuálneho vypracovania seminárnej práce, jej prezentácie a riešením prípadových štúdií i osvojuje kontrastívnu metodiku, ktorá mu umožní diagnostikovať organizačnú kultúru konkrétnej organizácie, a nadobúda zručnosti, ktoré môže využiť v manažérskej praxi.					
Stručná osnova predmetu: Organizačná kultúra, jej diagnostikovanie. História vývoja členských štátov EÚ. Kontrastívny prístup k národným kultúram členských štátov EÚ, identifikácia rozdielov. Členské štáty EU a ich typické organizačné kultúry. Typológia organizačných kultúr.					
Odporúčaná literatúra: Šajgalíková, H. – Bajžíková, L.: Organizácia a kultúra. Bratislava: Ofprint 2013. Trompenaars, F. – Woolliams, P.: Business Across Cultures. Chichester: Capstone Publishing Ltd. 2006.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický jazyk					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1613					
A	B	C	D	E	FX
25,95	28,48	24,68	11,39	8,23	1,27
Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., doc. PhDr. Helena Šajgalíková, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KMn/044M/00 FM.KMn/044ME/00			Názov predmetu: Podnikateľská etika pre personálny manažment		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, seminár, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 3					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.					
Stupeň štúdia: 2. stupeň štúdia					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu: Ide o 50 % priebežné hodnotenie a 50 % hodnotenie v skúšobnom období. Priebežné hodnotenie tvorí: 28 % – vypracovanie prípadových štúdií a 22 % aktívna účasť pri riešení prípadových štúdií. Hodnotenie v skúšobnom období tvorí písomná skúška. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.					
Výsledky vzdelávania: Poslucháči sa naučia identifikovať etické problémy v oblasti riadenia ľudských zdrojov a tieto problémy riešiť na vedeckej úrovni. Prostredníctvom riešenia prípadových štúdií a eticko-ekonomických dilem poslucháči získajú zručnosť aplikovať získané etické poznatky do praxe.					
Stručná osnova predmetu:					
1. Úvod do štúdia. Literatúra. Podmienky k získaniu známky.					
2. Etika a morálka. Čo je etika a čo je morálka. Aký je rozdiel medzi právom a morálkou. Prečo je dôležité poznať rozličné etické teórie.					
3. Východiskové etické teórie v riadení ľudských zdrojov.					
4. Princípy profesijnej etiky manažéra ľudských zdrojov.					
5. Etické aspekty riadenia ľudských zdrojov.					
6. Etické aspekty vzťahu zamestnávateľ – zamestnanci.					
7. Diskriminácia v pracovných vzťahoch.					
8. Prepúšťanie ako etický problém.					
9. Spravodlivosť v odmeňovaní.					
10. Formovanie etických medziľudských vzťahov na pracovisku.					
11. Whistleblowing na pracovisku.					
12. Podstata a význam etického kódexu.					
13. Záver kurzu. Vyhodnotenie kurzu a hodnotenie študentov.					
Odporúčaná literatúra:					
Crane, A., Matten, D. 2007. Business ethics. Second edition. Oxford: OUP, 2007.					
Remišová, A. 2011. Etika a ekonomika. Tretie prepracované a doplnené vydanie. Bratislava: Kalligram, 2011.					
Remišová, A. 2011. Vademékum podnikateľskej etiky/Vademecum of Business Ethics. Bratislava: Sprint dva, 2011.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický jazyk					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov: 241.					
A	B	C	D	E	FX
48,61	20,34	13,68	7,45	8,64	1,24
Vyučujúci: prof. PhDr. Anna Remišová, CSc., doc. Mgr. Anna Lašáková, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KMn/059M/00 FM.KMn/059ME/00			Názov predmetu: Systémy odmeňovania		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny, prednáška/seminár, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 6					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.					
Stupeň štúdia: II.					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu: Individuálne zadanie (10 %), prípadová štúdia – fáza 1 (15 %), fáza 2 (15 %), fáza 3 (15 %), hodnotenie tímovej spolupráce (5 %), aktívna účasť na riešení úloh na seminároch (10 %), písomná skúška (30 %). Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.					
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s o základmi tvorby systémov odmeňovania, mzdovými faktormi, metódami hodnotenia a oceňovania práce, so mzdovými systémami a ich formami. Postupy tvorby systému odmeňovania v organizácii sa aplikujú na prípadovej štúdii FastCat.					
Stručná osnova predmetu: 1. Mzdový systém. 2. Odmeňovanie a strategický manažment. Stratégia odmeňovania. 3. Vnútorňá rovnováha odmeňovacieho systému. 4. Metódy hodnotenia pracovného miesta. 5. Prípadová štúdia, fáza 1: prezentácie a diskusia. 6. Vonkajšie prostredie a konkurencieschopnosť systému odmeňovania. 7. Vklad zamestnanca a mzdové formy. 8. Prípadová štúdia, fáza 2: prezentácie a diskusia. 9. Vzťah odmeňovania a motivácie. 10. Zamestnanecké výhody. 11. Úloha odborov v tvorbe systému odmeňovania. 12. Prípadová štúdia, fáza 3: prezentácie a diskusia. 13. Medzinárodné aspekty odmeňovania					
Odporúčaná literatúra: Bajžíková, L.: Systémy odmeňovania, Ofprint, Bratislava 2006. Milkovich - Newman: Compensation, 8th Edition, McGraw – Hill, 2005. Milkovich - Milkovich: Case in Compensation, 9th edition, 2007. Journal American Compensation Academy. Journal of HRM, FM UK, 1998-2007.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický jazyk					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 409					
A	B	C	D	E	FX
34,47	36,92	18,09	7,58	1,96	0,98
Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajžíková, PhD., Mgr. Zuzana Búciová, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: september 2013					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: nový predmet	Názov predmetu Hodnotový manažment a podnikateľské riziká MSP
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny, prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3. semester	
Stupeň štúdia: 2.stupeň	
Podmieňujúce predmety: Strategický manažment, Finančný manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Počas semestra budú študenti priebežne pracovať každý na vlastnom projekte s tým, že v rámci midterm kontroly môžu získať 40 bodov, za druhú etapu projektu 40 bodov, aktivita na seminároch 10 bodov, ústna skúška 10 bodov. Celkové hodnotenie sa realizuje v súlade s pravidlami hodnotenia platnými na FM UK: A= 91-100 %; B = 81-90 %; C= 73-80 %; D=66-72 %; E=65-60 %; F=0-59 % bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študenti absolvovaním predmetu získajú teoretické poznatky, spoznajú najnovšie trendy a praktické skúsenosti z oblasti hodnotového manažmentu malých a stredných firiem ako aj ich podnikateľských rizík. Tieto poznatky si utvrdia praktickou aplikáciou modelového postupu na podmienky konkrétnej malej alebo strednej firmy tak, aby boli schopní pochopiť postup strategického riadenia jej vnútornej hodnoty ako aj dopad podnikateľských rizík na hodnotu tohto typu firiem. Výučba tohto predmetu takisto umožní študentom integrované pochopenie riadenia a to z pohľadu najmä strategického a finančného riadenia. Študenti ďalej získajú celkový obraz o systémoch riadenia hodnoty MSP v rôznych štádiách ekonomického cyklu. Pomocou modelového nástroja (toolkit v.xls) získajú schopnosť zvládnuť komplexné riešenie problematiky na praktickej úrovni a byť tak pripravení pôsobiť ako manažéri alebo vlastníci malého alebo stredného podniku v náročnom turbulentnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Úvod do predmetu 2. Hodnotový manažment a strategické riadenie MSP. 3. Špecifiká hodnotového riadenia MSP vs. veľké korporácie. 4. Základné modely hodnotového riadenia MSP. 5. Kľúčové bloky procesu strategického riadenia vnútornej hodnoty MSP. <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Stanovenie strategických cieľov hodnotového riadenia MSP 5.2. Identifikácia silných a slabých stránok MSP na základe finančnej a nefinančnej analýzy. 5.3. Špecifiká modelovania nákladov na kapitál (WACC) MSP. 5.4. Tvorba strategických scenárov vývoja externého prostredia. 5.5. Formulácia strategických alternatív budúceho rozvoja MSP 5.6. Simulácia vývoja vnútornej hodnoty firmy 5.7. Výber najvhodnejšej strategickkej alternatívy a jej zhodnotenie 5.8. Implementácia riadenia hodnoty MSP 6. Intelektuálny kapitál a jeho dopad na riadenie hodnoty MSP. 7. Podnikateľské riziká a ich vplyv na hodnotu MSP. <ol style="list-style-type: none"> 8. Strategické riadenie hodnoty MSP v čase krízy 9. Hodnoty a hodnotový systém MSP („soft“ hodnoty) 	
Odporúčaná literatúra:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. KOLLER, T. GOEDHART, M. WESSELS,D.: Valuation. Measuring & Managing the Value of companies 5th edition..John Willey&Sons 2010; ISBN 978-0-470-42465-0. 2. KROL, F. <i>Value Based Management in Small and Medium Enterprises</i>. Analysis of internal and 	

external impulses and possibilities of implementation. Arbeitspapier Nr. 9-1. Mai 2007. pre štúdium dostupné online.

3. HENSCHTEL, T. *Risk Management Practices of SMEs*. Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin 2008; ISBN 978 3 503 11043 8.

4. PILKOVÁ, A. a kol. *Manažment v praxi. Prípadové štúdie zo slovenského podnikateľského prostredia*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, Fakulta managementu, 2012. ISBN 978-80-80037-30-8.

5. PILKOVÁ, A., VOLNÁ, J., PAPULA, J., HOLIENKA, M. The influence of intellectual capital on firm performance among Slovak SMEs In *Proceedings of the 10th international conference on intellectual capital, knowledge management and organisational learning* [elektronický zdroj]. - Reading: Academic Conferences and Publishing International Limited. s. 329-338 [CD-ROM]. ISBN978-1-909507-80-7

6. HOLIENKA, M. PILKOVÁ A. Comparing Impact of Intellectual Capital on Firm Performance Before and After Crisis. In *Proceedings of the 6th European Conference on Intellectual Capital ECIC 2014*. Reading: Academic Conferences and Publishing International. 2014. ISBN 978-1-909507-24-1. s. 58-64.

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Uvádza sa percentuálny podiel hodnotených študentov, ktorí získali po zapísaní predmetu hodnotenie A, B,... FX. Celkový súčet a, b, c, d, e, f je 100. Ak študent v jednom roku získal FX a po ďalšom zapísaní predmetu hodnotenie D, zohľadnia sa obe jeho hodnotenia

Vyučujúci: doc. Ing. Anna Pilková, CSc., MBA, Mgr. Ján Reháč – cvičenia.

Dátum poslednej zmeny: apríl 2014

Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: Nový predmet	Názov predmetu: Intelektuálny kapitál a inovácie v dynamickom podnikaní
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny, prednáška/seminár, kombinovaná metóda. Samoštúdium je podporené e-learningovou formou.	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1. semester	
Stupeň štúdia: druhý (magisterský) stupeň štúdia	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra má študent možnosť získať 60 bodov za odovzdanie a prezentovanie semestrálnej práce. V skúškovom období je možné z písomného testu získať 40 bodov. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať spolu najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Predmet sprostredkúva poznatky o manažmente dynamicky rastúcich firiem. Zaoberá sa otázkou, ako premeniť znalosti na inovácie a tie potom presadiť na trhu. Efektívny manažment znalostí a inovácií pritom predstavujú základné predpoklady úspechu rýchlo rastúcich firiem. Študenti získajú poznatky o metódach budovania a využívania intelektuálneho kapitálu a účinnej tvorbe a komercializácii výrobkov a služieb. Po absolvovaní predmetu sú schopní aplikovať získané poznatky pri riešení reálnych situácií v praxi dynamického podnikania.	
Stručná osnova predmetu: Význam a manažment dynamicky rastúcich podnikov. Charakteristika dynamického podnikania. Dynamicky rastúce firmy a ich význam pre národnú ekonomiku. Faktory úspechu a požiadavky na manažment rýchlo rastúcich podnikov. Význam znalostí a inovácií v dynamicky sa rozvíjajúcich podnikoch. Znalosť v organizácii a jej význam pre dosahovanie konkurenčnej výhody. Znalosť ako základný prvok intelektuálneho kapitálu organizácie. Definície a úrovne intelektuálneho kapitálu, jeho pozicionovanie, štruktúra. Postavenie znalosti v procese dosahovania konkurenčnej výhody organizácie. Intelektuálny kapitál organizácie ako zdroj jej inovačnej aktivity. Znalostný manažment v organizácii. Znalostný manažment ako synonymum, resp. predchodca pojmu manažment intelektuálneho kapitálu v organizácii. Indikátory intelektuálneho kapitálu ako prostriedok merania znalostných aktivít organizácie. Manažment intelektuálneho kapitálu v organizácii a jeho previazanosť na tvorbu a implementáciu organizačnej stratégie. Reporting intelektuálneho kapitálu v organizácii. Reporting intelektuálneho kapitálu v organizácii ako jeden výstup manažmentu intelektuálneho kapitálu v organizácii. Reporty intelektuálneho kapitálu v organizácii verzus správy o trvalej udržateľnosti. Metodika InCaS. Metodika GRI. Existujúce modely konceptu intelektuálneho kapitálu organizácie. Metóda Intangible Asset Monitor. Metóda Skandia Navigator. ARCS model. Metóda Value Added Intellectual Coefficient. Metóda InCaS: Intellectual Capital Statement – Made in Europe. Strategický manažment inovácií. Postavenie inovačnej stratégie v podniku, vzťah inovačnej a konkurenčnej stratégie; manažment technológií, základné voľby v rámci inovačnej stratégie (vodca/ nasledovník, náklady/kvalita),	

manažment technológií.

Zdroje inovačných príležitostí.

Zdroje inovácií v externom a internom prostredí podniku; spôsoby integrácie externých a interných zdrojov poznatkov a inovácií.

Podnikateľské modely podporujúce inovácie.

Typológie podnikateľských modelov. Dizajn a testovanie podnikateľského modelu pre inovácie.

Stratégie otvorených inovácií.

Rozdiel medzi otvorenými a klasickými prístupmi k manažmentu inovácií; otvorené inovácie; metóda a proces inovácií vedúcich užívateľov.

Proces a organizácia inovácií v organizácii.

Fázy inovačného procesu; organizácia inovačných projektov; interdisciplinárne tímy; význam organizačnej kultúry pre tvorbu inovácií; budovanie a zmena kultúry na podporu inovácií.

Metódy na podporu inovácií.

Metódy na generovanie inovačných nápadov; hodnotová analýza; Quality Function Deployment; informačno-technická podpora inovačného procesu.

Programy na podporu inovácií.

EÚ fondy a iné granty a formy podpory slúžiace na podporu inovačnej aktivity organizácii.

Odporúčaná literatúra:

1. L.BUREŠ V. *Znalostní management a proces jeho zavádění*. Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1978-8.
2. ADAMS, M. – OLEKSAK, M. *Intangible Capital*. ABC-CLIO, 2010. ISBN 978-0-313-38074-7.
3. MULLINS, J. – KOMISAR, R.: *Plán B*. Bratislava: Eastone Books, 2010. 257 s. ISBN 978-80-8109-134-6.
4. SCHMITT, B. H. *Stratégia odvážnych*. Bratislava: Eastone Books, 2010. 171 s. ISBN 978-80-8109-121-6.1.
5. TIDD, J. – BESSANT, J. – PAVITT, K. *Řízení inovací: zavázení technologických tržních a organizačních změn*. Brno: Computer Press, 2007.
6. BOROVSÝ, J. – GÁL, P. *Inovácie a transfer technológií*. Bratislava: Eurounion, 2005.
7. KOŠTURIÁK, J. – CHAL, J. *Inovace: vaše konkurenční výhoda!* Brno: Computer Press, 2008.
8. PITRA, Z. *Management inovačných aktivit*. Praha: Professional, 2006.
9. CHESBROUGH, H. W. *Open Services Innovation: Rethinking Your Business to Grow and Compete in a New Era*. 2nd ed. Hoboken: Jossey-Bass, 2010. 258 s. ISBN: 9780470905746. Dostupné na internete na FM UK: <<http://site.ebrary.com/lib/uniba/docDetail.action?docID=10441387>>.
10. VON HIPPEL, E. *Democratizing Innovation*. Cambridge: The MIT Press, 2005. 204 s. ISBN 0-262-00274-4. Dostupné na internete: <<http://web.mit.edu/evhippel/www/>>.
11. *Harvard Business Review on the Innovative Enterprise*, Boston: Harvard Business School Press, 2003, 195 s. ISBN 978-1-59139-130-2. (FM UK Library, XII-1678).
12. *Harvard Business Review on Rebuilding your Business Model*. Boston: Harvard Business School Publishing, 2011, 278 s. ISBN 978-1-4221-6262-0. (FM UK Library, XII-2116).

Súčasťou odporúčanej literatúry sú aj publikácie využívajúce výsledky vlastného výskumu na FM UK:

13. GÁL, P. Model podnikania nízko nákladových aerolínií. In: *Horizonty podnikateľského prostredia* [zborník, elektronický zdroj]. Bratislava: Univerzita Komenského, 2012. s. 36-44 [CD-ROM]. ISBN 978-80-223-3347-4.
14. GÁL, P. – BEZÁKOVÁ, I. Inovácie vedúcich užívateľov. In: *Moderné prístupy k manažmentu podniku = Modern Approaches to the Corporate Management*. Bratislava: STU, 2009. s. 125-134. ISBN 978-80-227-3169-0.
15. PAPULA, J. – VOLNÁ, J. Intellectual capital as value adding element in knowledge management. In *Knowledge as Business Opportunity*. Zborník z konferencie z International School for Social and

Business Studies. Celie, 2011, s. 497-504.

16. VOLNÁ, J. Intelektuálny kapitál ako prostriedok budovania znalostnej spoločnosti. In *Trendy v podnikaní 2013*, Plzeň, Západočeská univerzita v Plzni, 2013, 8 s.

17. PAPULA, J. – VOLNÁ, J. Descriptive Analysis of Intellectual Capital Concept Implementation within Slovak Companies. In *Driving the Economy through Innovation and Entrepreneurship: Emerging Agenda for Technology Management*. SPRINGER INDIA, 2012. DOI 10.1007/978-81-322-0746-7_38, s. 485-93.

18. PAPULA, J. – VOLNÁ, J. – PILKOVÁ, A. – HULVEJ, J. Analysis of Awareness and Priorities, Focused on Intellectual Capital Among Slovak Companies. In *Proceedings of the 14th European conference on knowledge management*. Academic Conferences and Publishing International Limited, 2013 S. 517-526.

19. HULVEJ, J. 2010. Integrovaný vývoj produktov. In *Rozvoj manažmentu v teórii a praxi = Management Development in Theory and Practice*. Žilina: Fakulta riadenia a informatiky Žilinskej univerzity, 2010. ISBN 978-80-554-0294-9. s. 104-108.

E-learning: spracovaný elektronický kurz obsahuje študijné materiály (prezentácie, elektronické texty, doplnkové materiály) vytvorené na základe vlastného výskumu ako aj kontaktu s predstaviteľmi podnikateľskej a manažérskej praxe.

Odporúčaná literatúra sa nachádza v knižnici s možnosťou zapožičania, resp. prezenčného prístupu.

Ďalšie články / štúdie budú distribuované v priebehu semestra k jednotlivým problémovým okruhom.

Minimálnou podmienkou je možnosť prístupu študentov k internetu a do databáz v rámci siete UK (<http://ww.fm.uniba.sk/index.php?id=2304>), napr. EBSCO HOST / Business Source Premier.

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Vyučujúci: doc. Ing. Anna Pilková, CSc, MBA; Ing. Jaroslav Hul'vej, PhD., Mgr. Peter Gál, PhD., Mgr. Jana Volná

Dátum poslednej zmeny: apríl 2014

Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: Nový predmet	Názov predmetu: Intrapreneurship
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, seminár, kombinovaná metóda. Vzdelávacia činnosť sa uskutočňuje aj formou workshopov. Súčasťou predmetu je filozofia hosťujúceho prednášateľa z praxe, ktorý spoločne so študentmi spolupracuje na semestrálnom projekte. Štúdium je podporené e-learningovou formou.	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3. semester	
Stupeň štúdia: druhý (magisterský) stupeň štúdia	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Maximálny počet 100 bodov je možné získať počas semestra za semestrálny projekt (70 bodov) a aktivitu na seminároch (30 bodov). Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Predmet rozvíja znalosti, zručnosti a techniky intrapodnikania (anglicky intrapreneurship alebo corporate entrepreneurship) ako účinného nástroja manažmentu organizácií pre dosahovanie konkurenčnej výhody a obchodného úspechu v súčasnom turbulentne sa meniacom prostredí. Súčasťou predmetu je filozofia hosťujúceho prednášateľa z praxe, ktorý spoločne so študentmi spolupracuje na semestrálnom projekte a vo finále sa spolupodieľa na jeho hodnotení. Predmet rozvíja a podporuje: <ul style="list-style-type: none"> - Znalosti potrebné k podpore budovania kultúry intrapodnikania v organizácii ako aj zručnosti a spôsoby efektívneho a úspešného intrapodnikateľa. - Zručnosti pre vykonanie auditu intrapodnikateľských aktivít v organizácii. - Pochopenie charakteristík úspešných organizácií z pohľadu konceptu intrapodnikania (Apple, Sony, 3M, DreamWorks Animation, Google, Amazon, Intel, LinkedIn, Yahoo!, Rubbermaid, Sun Microsystems) - Techniky rozvoja kreativity, out-of-the-box myslenia, inovačnej kultúry v organizácii a mikroprezentovania (pitching). 	
Stručná osnova predmetu: Seminár sa zameriava na rozvoj zručností intrapodnikania (anglicky intrapreneurship alebo corporate entrepreneurship) ako účinného nástroja manažmentu organizácií pre dosahovanie konkurenčnej výhody a obchodného úspechu v súčasnom turbulentne sa meniacom prostredí. Tematické okruhy predmetu: Podstata intrapodnikania ako účinného nástroja manažmentu Intrapodnikanie z pohľadu firemnej stratégie. Intrapodnikanie ako aktivátor inovačného procesu v organizácii. Benefity intrapodnikania pre organizáciu a zamestnancov. Kultúra intrapodnikania v organizácii Budovanie kultúry intrapodnikania v organizácii. Tzv. intrapreneurship toolset. Analýza charakteristík a vlastností organizácií s fungujúcou kultúrou intrapodnikania. Prípadové štúdie organizácií s fungujúcou kultúrou intrapodnikania (Apple, Sony, 3M, DreamWorks Animation, Google, Amazon, Intel, LinkedIn, Yahoo!, Rubbermaid, Sun Microsystems) Rozvoj zručností a spôsobov efektívneho a úspešného intrapodnikania. Techniky rozvoja kreativity, out-of-the-box myslenia a inovačnej kultúry v organizácii.	

Audit intrapodnikateľských aktivít v organizácii.

Audit intrapodnikateľských aktivít v organizácii. Index intrapodnikateľskej aktivity.

Mikroprezentovanie (pitching) ako forma predstavenia výstupov intrapodnikania pred manažmentom organizácie.

Zásady prezentačných zručností. Mikroprezentovanie (pitching).

Odporúčaná literatúra:

1. MORRIS, M.H., KURATKO, D.F., COVIN, J.G. *Corporate Entrepreneurship and Innovation: Entrepreneurial Development within Organizations*, 2nd ed., Mason, OH: Thomson/South-Western, 2008.

2. E-learning: spracovaný elektronický kurz obsahuje študijné materiály (prezentácie, elektronické texty, doplnkové materiály) vytvorené na základe vlastného výskumu ako aj kontaktu s predstaviteľmi podnikateľskej a manažérskej praxe.

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

Poznámky:**Hodnotenie predmetov:**

Vyučujúci: doc. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Mgr. Jana Volná

Dátum poslednej zmeny: apríl 2014

Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KSP/011M/10 FM.KSP/011ME/10			Názov predmetu: Manažment inovácií		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, seminár, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 3					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3. semester					
Stupeň štúdia: 2. stupeň					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu: Písomný test počas semestra a vypracovanie seminárnej práce. Celkové hodnotenie študenta sa riadi platným hodnotiacim systémom FM UK: A= 91-100 %; B = 81-90 %; C= 73-80 %; D=66-72 %; E=65-60 %; F=0-59 % bodov.					
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je teoreticky zvládnuť manažment inováčného procesu a vytváranie mechanizmov na podporu inovácií v podniku. Ťažisko pritom tvorí manažment inovácií produktov a procesov na strategickej aj operatívnej úrovni. Na seminároch študenti analyzujú prípady z podnikovej praxe a aplikujú vybrané metódy pri riešení úloh.					
Stručná osnova predmetu: 1. Pojem význam a druhy inovácií 2. Inovačné stratégie v podniku 3. Manažment technológií 4. Zdroje inovácií a ich využitie 5. Stratégia otvorených inovácií 6. Proces inovácií a jeho integrovaný manažment 7. Organizácia inovácií a kooperácie 8. Metódy v úvodnej fáze inováčného procesu 9. Metódy v realizačnej fáze inováčného procesu 10. Vybrané aspekty inovácií výrobkov a služieb					
Odporúčaná literatúra: 1. TIDD, J. – BESSANT, J. – PAVITT, K. Řízení inovací: zavádění technologických tržních a organizačních změn. Brno: Computer Press, 2007. 2. BOROVSKEÝ, J. – GÁL, P. Inovácie a transfer technológií. Bratislava: Eurounion, 2005. 3. KOŠTURIÁK, J. – CHAL, J. Inovace: vaše konkurenční výhoda! Brno: Computer Press, 2008. 4. PITRA, Z.: Management inováčnich aktivit. Praha: Professional, 2006. 5. HIPPEL, E. v.: Democratizing innovation. Cambridge: MIT Press, 2005. 6. HULVEJ, J. 2010. Integrovaný vývoj produktov. In <i>Rozvoj manažmentu v teórii a praxi = Management Development in Theory and Practice</i> . Žilina: Fakulta riadenia a informatiky Žilinskej univerzity, 2010. ISBN 978-80-554-0294-9. s. 104-108. 7. HULVEJ, J. 2009. Integrovaný manažment vývoja informačno-technických služieb. In <i>Moderné prístupy k manažmentu podniku = Modern Approaches to the Corporate Management</i> , Bratislava: STU, 2009. ISBN 978-80-227-3169-0. s. 196-201.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov: 68					
A	B	C	D	E	FX
77,94	19,12	1,47	1,47	0,0	0,0

Vyučující: Ing. Jaroslav Huřvej, PhD.
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: Nový predmet	Názov predmetu: Stratégie a financovanie new ventures
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny, prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2./4: semester	
Stupeň štúdia: 2. stupeň	
Podmieňujúce predmety:	
<p>Podmienky na absolvovanie predmetu: Počas semestra môže študent získať spolu 60 bodov v troch častiach práce na projekte a aktivitách na cvičeniach (v každej maximálne 20 bodov). V skúškovom období študent absolvuje skúšku, za ktorú môže získať 40 bodov. Celkové hodnotenie sa realizuje v súlade s pravidlami hodnotenia platnými na FM UK: A= 91-100 %; B = 81-90 %; C= 73-80 %; D=66-72 %; E=65-60 %; F=0-59 % bodov.</p>	
<p>Výsledky vzdelávania: Oboznámenie sa s podstatou a špecifikami podnikania nových podnikov s potenciálom vysokého rastu - tzv. new ventures. Pochopenie životného cyklu new ventures, techniky a metódy projektovania jednotlivých fáz s dôrazom na neurčitosť, možností financovania a vzájomné súvislosti. Nadobudnutie praktických zručností s aplikáciou vybraných metód strategického plánovania a financovania new venture využitím viacerých „toolkits“, obsahujúcich trénované metódy a modely. Ide o veľmi praktické nástroje, ktoré majú široké použitie ako pri riadení konkrétnych new ventures, tak aj v analytických útvaroch finančných inštitúcií a auditórskych firiem. Prizývaním guest spikrov sa študenti oboznámia s alternatívami praktických možností uplatnenia ich poznatkov.</p>	
<p>Stručná osnova predmetu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Úvod do predmetu 2. Špecifiká jednotlivých štádií vývoja new ventures (príležitosť, výskum a vývoj, start-up, prvotný nárast, rýchly rast a exit). 3. Strategické alternatívy v jednotlivých štádiách new ventures a meranie ich dopadu na hodnotu firmy. 4. Alternatívy financovania jednotlivých vývojových etáp new ventures s dôrazom na slovenský a európsky kontext. Princiipiálne rozdiely podnikateľských financií od korporátnych. 5. Strategické plánovanie new ventures. a/ reálne opcie, b/ simulácie ako metóda plánovania a hodnotenia new venture stratégie. 6. Finančné prognózovanie: a/metódy finančného prognózovania new venture výnosov za určitosti a neurčitosti; b/ metódy finančného prognózovania pomocou integrovaného finančného modelu new venture. 7. Projektový prístup k strategickému riadeniu a financovaniu new ventures: základné princípy projektového prístupu (financovanie podsúvahových aktivít, podiel jednotlivých účastníkov na riziku, financovanie na základe cash flow) analýza biznis idey, riziková matica a due diligence, finančné modelovanie možných alternatív, komerčné kontrakty a ich rizikovosť, finančné kontrakty, monitoring naplňania strategických zámerov new ventures. 8. Etapy postupu výberu financovania new ventures 9. Exit a jeho formy: a/ zlyhanie a reštart; b/ „going public“, c/ akvizícia, d/ management buy-out... 	
<p>Odporúčaná literatúra:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) SMITH, J.K., SMITH, R.L., BLISS, R.T. <i>Entrepreneurial Finance. Strategy, Valuation & Deal Structure</i>. Stanford Economics and Finance 2011. ISBN 978-0-8047-7091-0. 2) WICKHAM, P.A. <i>Strategic Entrepreneurship</i>. 4th, edition. Pearson Education 2006. ISBN 978-0- 	

273-70642-7.

- 3) VINTURELLA, J.B., ERICKSON, S.M. *Raising Entrepreneurial Capital*. Elsevier, 2003. ISBN 978-0127223513-
- 4) Výstupy z riešenia výskumnej úlohy VEGA 1/0004/13 VEGA Aktuálne trendy a metódy vo finančnom riadení podnikov a ich vplyv na finančnú stabilitu podniku.(Pilková, spoluriešiteľ)

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Vyučujúci: doc. Ing. Anna Pilková, CSc. MBA, Mgr. Marian Holienka, PhD.

Dátum poslednej zmeny: apríl 2014

Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/023M/00 FM.KSP/023ME/00	Názov predmetu: Procesný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny, prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2./4. semester	
Stupeň štúdia: 2. (magisterský) stupeň štúdia	
Podmieňujúce predmety:	
<p>Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu stupňami A – FX je v súlade s pravidlami stanovenými študijným poriadkom na FM UK, platným pre akademický rok 2013-2014. Zo 100 % bodov, je možné získať 40 % počas semestra a 60 % bodov na skúške v skúšobnom období. 40 % bodov počas semestra je možné získať:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 20 % Vypracovanie a prezentácia semestrálneho projektu - 20 % Vypracovanie úloh a diskusie na zadané témy 	
<p>Výsledky vzdelávania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pochopenie podstaty procesného manažmentu, jeho významu a dôležitosti pre manažment podniku v súčasnosti. - Orientovanie sa v súvislostiach vzniku a smeroch rozvoja teórie procesného manažmentu ako i v súčasných trendoch v procesnom manažmente. - Pochopenie odlišnosti procesného manažmentu od tradičného funkčného prístupu k manažmentu. - Vedomosti z oblastí princípov procesného manažmentu, používaných techník a nástrojov využívaných v procesnom manažmente. - Nadobudnuté schopnosti, zručnosti v kontexte aplikovania procesného manažmentu v podniku využitím procesného modelovania a procesných nástrojov. - Porozumenie prínosov, dôvodov a prekážkach zavádzania a uplatnenia procesného manažmentu. 	
<p>Stručná osnova predmetu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Úvod do predmetu Cieľ, obsah, literatúra a kritériá hodnotenia predmetu, vstupný test. 2. Základné pojmy súvisiace s procesným manažmentom Funkčný prístup k manažmentu, jeho princípy vs. procesný manažment a potreby súčasnosti. 3. Procesný manažment a jeho princípy Podstata a definovanie procesného manažmentu, princípy a prínosy. 4. Podnikové procesy Identifikovanie a popísanie procesov, definovanie procesných atribútov. 5. Typológia procesov a procesné mapy Procesná analýza, typológia procesov a tvorba procesných máp. 6. Modelovacie štandardy a vizualizácia procesov Štandardy modelovania procesov, vizualizácia procesov. 7. Procesné nástroje, podpora IT a softvérové riešenia. Procesné nástroje, podpora IT v procesom manažmente, softvérové riešenia pre procesný manažment 8. Analýza a optimalizácia procesov Analýza vybraného procesu, identifikovanie úzkych miest a tvorba návrhov riešení. 	

9. Zavádzanie procesného manažmentu
Kroky zavádzania procesného manažmentu. Bariéry procesného manažmentu a ich odstraňovanie, manažment zmeny.
10. Smery, metódy a koncepcie založené na procesných princípoch
Vývojové smery vedúce k procesnému manažmentu, reinžiniering, manažment kvality.
11. Súčasný trendy v procesnom manažmente
Posledná vývojová fáza procesného manažmentu a najnovšie smerovanie a trendy.
12. Procesný manažment v praxi slovenských podnikov
Procesný manažment v podnikoch na Slovensku.
13. Zhrnutie a záver predmetu
Zhrnutie a výstupný test k predmetu.

Odporúčaná literatúra:

- 1.PAPULOVÁ, Z. – OBORILOVÁ, A. – PAPULA, J. *Procesný manažment*. Bratislava: KARTPRINT (v tlači apríl 2014).
- 2.BOROVSKÝ J. *Manažment zmien – cesta k rastu konkurencieschopnosti*. Bratislava: Eurounion, 2005.
- 3.HAMMER M. - CHAMPY J. *Reinžiniering podnikov: Manifest revolúcie v podnikaní*. Praha: Management Press. 1995 (Preložil Leo Vodáček).
- 4.HAMMER M. - CHAMPY J. *Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business revolution*. New York: Harper Business, 1993.

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 260

A	B	C	D	E	FX
29,62	18,08	25,77	15,0	5,38	6,15

Uvádza sa percentuálny podiel hodnotených študentov, ktorí získali po zapísaní predmetu hodnotenie A, B,... FX. Celkový súčet a, b, c, d, e, f je 100. Ak študent v jednom roku získal FX a po ďalšom zapísaní predmetu hodnotenie D, zohľadnia sa obe jeho hodnotenia

Vyučujúci: doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD., Mgr. Andrea Oborilová

Dátum poslednej zmeny: február 2014

Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: Nový predmet	Názov predmetu: Strategické analýzy
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny, prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3. semester	
Stupeň štúdia: druhý (magisterský) stupeň štúdia	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu stupňami A – FX je v súlade s pravidlami stanovenými študijným poriadkom na FM UK, platným pre akademický rok 2013-2014 Zo 100 % bodov, je možné 50 % získať počas semestra. 50 % bodov na skúške v skúšobnom období. - 10% kontrolný test v polovici semestra.	
Výsledky vzdelávania: - Nadobudnutie vedomostí o analytických a analyticko-syntetických metódach a technikách, ktoré sú neoddeliteľnou súčasťou metodického aparátu strategického manažmentu. - Poznatky o vývoji teórie z oblasti strategických analýz, so schopnosťou rozlišovať tradičné prístupy a nové trendy k uskutočňovaniu strategických analýz, ktoré súvisia so zmenami prebiehajúcimi v prostredí. - Dôraz na uplatňovanie strategického myslenia pri uskutočňovaní strategických analýz, ktoré popri racionálnych a logických postupoch považuje za dôležitú i tvorivosť a kreativitu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Strategické analýzy, podstata analýzy, analýza ako východisko pre tvorbu stratégie. 2. Zapojenie strategického myslenia do strategických analýz, podnety pre zdokonaľovanie strategických analýz, špecifiká strategického myslenia. 3. Strategické analýzy v procese strategického manažmentu, vývoj prístupov strategických analýz v strategickom manažmente. 4. Analýzy makroprostredia, strategická dôležitosť makroprostredia, zásady a prístupy aplikovania analýz makroprostredia v strategickom manažmente. 5. Analýzy mikroprostredia, analýza odvetvia, analýza širšie vnímaného interakčného prostredia. 6. Nové pohľady na konkurenčné prostredie a stratégie. 7. Analýza analýzy interného prostredia, tradičné a strategické pohľady na interné prostredie. 8. Analýzy podnikateľského portfólia, jednoduchšie a zložitejšie prístupy k portfóliovým analýzám, využitie synergického potenciálu v stratégii podniku.	
Odporúčaná literatúra: 1. PAPULOVÁ, Z. <i>Strategické analýzy s podporou strategického myslenia. Aktuálny trend v strategickom manažmente.</i> Bratislava: Kartprint 2012. 2. PAPULA, J., PAPULOVÁ, Z., PAPULA, J. <i>Konkurenčné stratégie. Tradičné techniky, vs. nové pohľady a prístupy.</i> Bratislava: Wolters Kluwer 2014. 3. PAPULA, J., PAPULOVÁ, Z. <i>Strategický manažment. Teoretické východiská alebo jadro vedomostí.</i> Bratislava: Kartprint 2009.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický	
Poznámky:	
Hodnotenie predmetov:	
Vyučujúci: prof. Ing. Jozef. Papula, PhD.	
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014	

Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/027M/00 FM.KSP/027ME/09	Názov predmetu: Strategické myslenia a stratégia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny (24 hodín/24 hodín), prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1. semester/3. semester	
Stupeň štúdia: druhý (magisterský) stupeň štúdia	
Podmieňujúce predmety:	
<p>Podmienky na absolvovanie predmetu: Hodnotenie predmetu stupňami A – FX je v súlade s pravidlami stanovenými študijným poriadkom na FM UK. Zo 100 % bodov, je možné 50 % získať počas semestra. 50 % bodov na skúške v skúšobnom období. 50 % bodov počas semestra je možné získať:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 15 % vypracovanie a prezentácia práce na prvú zadanú tému - 15 % vypracovanie a prezentácia práce na prvú zadanú tému - 10 % aktivita na cvičeniach - 10 % kontrolný test v polovici semestra 	
<p>Výsledky vzdelávania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vnímať dôležitosť stratégie a aktuálnosť jej uplatňovania v manažmente. - Poznať pôsobenie stratégov v minulosti a ich odkaz pre súčasnosť. - Pochopiť podstatu strategického myslenia ako súčasť ľudského myslenia a odhaliť v čom spočíva tajomstvo strategického myslenia. - Vedieť, ako je možné zdokonaľovať strategické myslenie z pohľadu rôznych vedných disciplín. - Poukazovať na možnosti uplatnenia strategického manažmentu v procese strategického manažmentu. 	
<p>Stručná osnova predmetu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Úvod do predmetu Cieľ, obsah, literatúra a kritéria hodnotenie predmetu. Vstupný test. 2. Stratégia ako faktor úspešnosti Kritické faktory úspešnosti podnikov. Podstata stratégie. Stratégia ako faktor úspešnosti. Stratégia, taktika, operatíva a ich vzájomné súvislosti. 3. Uplatnenie stratégie v meniacom sa a ťažko predvídateľnom prostredí Trendy vo vývoji prostredia a faktory, ktoré ich ovplyvňujú. Dôležitosť uplatňovania stratégie v neustále sa meniacom prostredí. Skúmanie zmien v prostredí a reakcia na zmeny v prostredí. 4. Korene stratégie a stratégovia minulosti Antickí stratégovia a ich odkaz pre súčasnosť. Stratégovia východných civilizácií. Stratégovia v podnikaní a manažmente. 5. Ľudské myslenie, ako proces Podstata ľudského myslenia. Základné fázy ľudského myslenia. Využitie informácií o minulosti a rôznosť pohľadov na prítomnosť pri vytváraní predstáv o budúcnosti. 6. Zdokonaľovanie ľudského myslenia z pohľadu lekárskeho vied Ľudský mozog a jeho pôsobenie v rámci ľudského myslenia. Genetické predpoklady a ich vplyv na ľudské myslenie. Možnosti zdokonaľovania ľudského myslenia z pohľadu neurovedy. 7. Zhrnutie poznatkov nadobudnutých v prvej polovici semestra Kontrolný test v priebehu semestra 	

8. Zdokonaľovanie ľudskeho myslenia z pohľadu psychológie a filozofie
Základné spôsoby a formy myslenia. Základné myšlienkové operácie a ich uplatnenie pri zdokonaľovaní ľudskeho myslenia. Vplyv filozofie na ľudske myslenie. Múdrosť a jeho uplatnenie v manažmente.
9. Strategické myslenie, jeho podstata a špecifiká
Základné druhy ľudskeho myslenia, ich charakteristiky a uplatnenie. Strategické myslenie, jeho podstata a špecifiká. Prednosti a uplatnenie strategického myslenia.
10. Strategické myslenie manažérov
Základné spôsoby myslenia manažérov podľa K. Ohmea. Priestor a uplatnenie strategického myslenia v manažmente, z pohľadu základných funkcií manažmentu a pozícií manažérov v manažmente.
11. Preskripčné a emergentné stratégie v manažmente.
Víziami a cieľmi vedené preskripčné stratégie. Poslaním motivované emergentné stratégie. Víťazstvami vedené tradičné konkurenčné stratégie.
12. Zhrnutie a záver predmetu
Výstupný test a záverečné hodnotenie cvičení

Odporúčaná literatúra:

1. PAPULA, J., PAPULOVÁ, Z. *Strategické myslenie manažérov. Za tajomstvami strategického myslenia*. Bratislava: Kartprint 2010.

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 351

A	B	C	D	E	FX
28,21	28,77	15,95	12,25	11,68	3,13

Vyučujúci: prof. Ing. Jozef Papula, PhD., doc. Mgr. Zuzana Papulová, PhD

Dátum poslednej zmeny: apríl 2014

Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KSP/031ME/00 FM.KSP/031M/00	Názov predmetu: Strategický controlling
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/ seminárov, kombinovaná metóda. Samoštúdium je podporené e-learningovou formou.	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3. semester	
Stupeň štúdia: druhý (magisterský) stupeň štúdia	
Podmieňujúce predmety: bez podmienky	
<p>Podmienky na absolvovanie predmetu: Zo 100 bodov je možné získať počas semestra. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.</p>	
<p>Výsledky vzdelávania: Predmet rozvíja znalosti controllingu v širšom kontexte strategického manažmentu organizácie, poukazuje na vzťahy a možnosti aplikácie výstavby systémov ukazovateľov a hodnotenia výkonnosti organizácie. Predmet je nastavený na základe vlastného výskumu v oblasti strategických systémov manažmentu výkonnosti podniku a manažmentu intelektuálneho kapitálu, ako i na základe smerovania vedeckého výskumu v tejto oblasti. V rámci rozvoja predmetu dochádza ku konzultovaniu tém s predstaviteľmi consultingových spoločností pôsobiacich na Slovensku. Predmet rozvíja a podporuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vnímanie strategického controllingu ako účinného nástroja strategického manažmentu. - Nadobudnutie poznatkov o základných metódach, technikách a prístupoch strategického controllingu. - Získanie aktuálnych poznatkov o vývoji teórie strategického controllingu a možnostiach ich aplikácie v manažérskej praxi v rámci zdokonaľovania strategického manažmentu. 	
<p>Stručná osnova predmetu: Predmet predstavuje strategických controlling ako účinný nástroj strategického manažmentu organizácií v súčasnom turbulentne sa meniacom prostredí. Vychádza z objasňovania základov modernej koncepcie controllingu, objasňovania špecifik strategického controllingu a venuje sa základným metódam a technikám strategického controllingu. Tematické okruhy predmetu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Podstata koncepcie controllingu ako účinného nástroja manažmentu Moderná koncepcia controllingu. Jeho zameranie a funkcia. Základné metódy a techniky operatívneho controllingu. 2. Strategický controlling Stratégia a strategický manažment. Špecifiká kontroly v rámci strategického manažmentu. Strategický controlling ako nástroj strategického manažmentu. 3. Základné atribúty strategického controllingu. Preventívnosť ako princíp uplatňovaný v systémoch včasného varovania. Kauzalita, ako princíp na ktorom je budovaný systém Balanced Scorecard Tvorivosť, ako súčasť strategického myslenia 4. Strategické riadenie výkonnosti Modely riadenia výkonnosti Strategické aspekty riadenia výkonnosti 5. Hodnotová orientácia strategického controllingu 	

Shareholder Value Stakeholder Value 6. Metódy a techniky strategického controllingu Hodnotové analýzy Strategické analýzy a analyticko-syntetické techniky Balanced Scorecard 7. Prístupy k trvalo udržateľnej tvorbe konkurenčných výhod Core competence Prístupy k manažmentu intelektuálneho kapitálu Tvorba systému ukazovateľov a hodnotenie organizácie z pohľadu konceptu manažmentu intelektuálneho kapitálu (v súlade so štandardmi GRI - Global Reporting Initiative)					
Odporúčaná literatúra: PAPULA, J., PAPULOVA, Z., PAPULA, J. Konkurenčné stratégie, Tradičné techniky vs. nové pohľady a prístupy. Wolters Kluwer, 2014. E-learning: spracovaný elektronický kurz obsahuje študijné materiály (prezentácie, elektronické texty, doplnkové materiály) vytvorené na základe vlastného výskumu ako aj kontaktu s predstaviteľmi podnikateľskej a manažérskej praxe.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 25					
A	B	C	D	E	FX
50%	35%	15%			
Vyučujúci: doc. Ing. Ján Papula, PhD., prof. Ing. Jozef Papula, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: Nový predmet	Názov predmetu: Strategický manažment finančných inštitúcií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny, prednáška/seminár zabezpečené blokovo 1 týždeň semestra. Doobeda – prednášky a poobede semináre na simulátore strategického riadenia banky – webaplikácia z Vlerich School of Management, Gent, Belgicko.	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: 2.	
Podmieňujúce predmety: Finančný manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Prezentácia 4 čiastkových výstupov – výsledkov 4 čiastkových simulácií s celkovým počtom 80 bodov a finálna prezentácia stratégie banky 20 bodov. Celkové hodnotenie sa realizuje v súlade s pravidlami hodnotenia platnými na FM UK: A= 91-100 %; B = 81-90 %; C= 73-80 %; D=66-72 %; E=65-60 %; F=0-59 % bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študent získa teoretické vedomosti zo základných oblastí strategického riadenia banky s dôrazom na jej rizikovo-finančné oblasti, makroekonomické a regulačné prostredie. Prácou so simulačným nástrojom získa praktické skúsenosti z kvantifikácie dopadu kľúčových strategických rozhodnutí na finančné strategické ciele. Absolvovaním tohto predmetu by mal byť študent schopný aktívne participovať na príprave rozhodnutí z kľúčových oblastí strategického riadenia banky.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do predmetu 2. Charakteristika strategického riadenia banky: rizikový prístup. 3. Makroekonomické a regulačné prostredie – kľúčové externé determinanty strategického riadenia banky. Bazilej 2, Bazilej 3. 4. Kľúčové strategické rozhodnutia a ich dopad na hodnotu banky: 4.1. Business modely a ich väzba na strategický manažment aktív a pasív banky. 4.2. Strategický manažment likvidity. 4.3. Strategický manažment úrokového rizika. 4.4. Strategický manažment úverového rizika. 4.5. Strategický manažment operačného rizika. 4.6. Strategický manažment kapitálu a tvorba hodnoty. 4.7. Strategický manažment podsúvahy banky. 5. Meranie dopadu strategických rozhodnutí na hodnotu banky.	
Odporúčaná literatúra: 1. SAUNDERS, A., CORNETT, M.: Financial Institutions Management: A Risk Management Approach, 8th Edition McGraw-Hill, 2014, ISBN-13 9780078034800. 2. PILKOVÁ, A.: Basel 2 as a driver of changes in the commercial bank strategic management. In: <i>Comenius Management Review</i> . 2009, č.1, s. 47-64. ISSN 1337-6721. 3. Výstupy z projektu VEGA 1/0392/13 Modelovanie správania sa stakeholderov komerčnej banky počas ostatnej finančnej krízy a očakávania bazilejských regulácií v rámci Pilieru 3 – Trhová disciplína. 4. Prezentácie A. Thibeault, z Vlerick School of Management Gent a A. Pilková – distribuované na začiatku bloku štúdia.	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: anglický					
Poznámky: Vzhľadom na kapacitu pre simuláciu – účasť max. 20 študentov je možná.					
Hodnotenie predmetov: Celkový počet hodnotených študentov: 0					
A	B	C	D	E	FX
a	b	c	d	e	f
Vyučujúci: doc. Ing. Anna Pilková, PhD., MBA, Thomas Matthys, Mgr. Marian Holienka, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KEF/053M/00 FM.KEF/053ME/00	Názov predmetu: Investičné analýzy
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny (24 hodín/24 hodín), prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6 ECTS	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.semester	
Stupeň štúdia: 2. stupeň	
Podmieňujúce predmety: Finančný manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: V priebehu semestra bude v rámci cvičení dva možné celkovo získať max. 30 bodov. 70 bodov je možné získať za záverečnú skúšku predmetu počas skúškového obdobia. Na hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov z celkového možného počtu, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na získanie hodnotenie C najmenej 72 bodov, na získanie hodnotenie D najmenej 66 bodov a na získanie E najmenej 60 bodov z celkového možného počtu.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent získa vedomosti z oblasti medzinárodného finančného manažmentu, najmä v oblasti rizík a príležitostí pri investovaní v zahraničí. Pozná pozitívny dopad globálnej diverzifikácie pri aplikácii investičných stratégií a využitia korelácií medzinárodných finančných trhov. Absolventovi sú známe dôsledky medzinárodných fúzií a akvizícií, vrátane používaných taktík, prípadne obrany pri týchto typoch transakcií. Získal vedomosti o finančných derivátoch vyššej generácie vrátane štruktúrovaných produktov, dokáže identifikovať fundamentálne rizikové faktory pri investovaní v zahraničí, pozná základné hedgingové techniky, vrátane replikácie opčných pozícií. Absolvent predmetu vie použiť základné nástroje pri imunizácii rizík otvorených dlhopisových pozícií.	
Stručná osnova predmetu: <ul style="list-style-type: none"> - Medzinárodný finančný manažment: parita kúpnej sily, parita nekrytej úrokovej miery, termínová parita, parita krytej úrokovej miery, výnos investície v zahraničí, efekt globálnej diverzifikácie, príklady globálnych investičných stratégií, korelácie finančných trhov - Akvizície a fúzie: niektoré dôvody fúzií a akvizícií, taktika a obrana pri fúziách a akvizíciách, formy kombinácií podnikov, štruktúra ponuky na prevzatie, úlohy investičných bánk pri fúziách a akvizíciách - Finančné riziká: typy finančných rizík, hodnota v riziku (VaR), meranie úrokových rizík pomocou VaR, mapovanie úrokových pozícií, VaR a diverzifikačné efekty, VaR investičných portfólií, vplyv projektov na VaR, peňažný tok v riziku (CaR) - Finančné deriváty a zaistovanie rizík: základné typy finančných derivátov, štandardizácia finančných derivátov, long- a short-pozícia, oceňovanie termínových kontraktov, zaistovanie otvorených pozícií, rizikové faktory, príklady zložitejších hedgingových techník, parita opcií, replikácie opčných pozícií, metódy oceňovania opcií, bezriziková arbitráž, dynamický deltahedging, citlivostné veličiny, úrokový a menový swap - Durácia a imunizácia: výnosové krivky a úrokové štruktúry, Macaulayova durácia, efekt súčasnej hodnoty a reinvestičný efekt pri investovaní do dlhopisov, modifikovaná durácia, efektívna durácia a key-rate durácia, imunizácia otvorených dlhopisových pozícií <ul style="list-style-type: none"> 5. Market risk 6. Credit risk 7. Operational risk 8. Liquidity risk 	

Odporúčaná literatúra:					
1. Brigham, E.F. – Ehrhardt, M.C: Financial Management, 14th Edition, Thomson, South-Western, 2013					
2. Šlahor, L. – Žvachová, N.: Kapitálová priramanosť bánk a poisťovní, KARTPRINT 2012					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, anglický jazyk					
Poznámky: výučba predmetu v anglickom aj slovenskom jazyku					
Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov: 396					
A	B	C	D	E	FX
23,99	25,76	16,92	14,39	18,43	0,51
Vyučujúci: prof. RNDr. Ing. Ľudomír Šlahor, CSc.					
Dátum poslednej zmeny: február 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMn/022M/00 FM.KMn/022M/00	Názov predmetu: Medzinárodný manažment ľudských zdrojov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny (24 hodín/24 hodín), prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2. semester, 4. semester	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Individuálna semestrálna práca (25 %), tímová prezentácia (20 %), aktívna účasť na riešení úloh na seminároch (15 %), písomná skúška (40 %). Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študenti sa oboznámia s problematikou manažmentu ľudských zdrojov v nadnárodných organizáciách, ktoré pôsobia v medzinárodnom prostredí s dôrazom na pochopenie rozdielov v zamestnaneckých vzťahoch v jednotlivých krajinách.	
Stručná osnova predmetu: 1. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov – úvod do kurzu 2. Úvod do európskeho MLZ. 3. Funkcie medzinárodného MLZ (nábor, výber, vzdelávanie, rozvoj a kariéra, motivácia a odmeňovanie medzinárodného pracovníka). 4. Priemyselné vzťahy v Európe. 5. Participácia zamestnancov a zamestnanecké rady. Formy flexibilnej organizácie práce. 6. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Veľkej Británii. 7. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Nemecku. 8. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ vo Francúzsku. 9. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Taliansku. 10. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Strednej Európe (Česká Republika, Slovensko, Slovinsko, Maďarsko, Poľsko) a ich porovnanie. 11. Špecifiká zamestnaneckých vzťahov a MLZ v Ázii (Južná Kórea, Japonsko, Čína, Singapur) a ich porovnanie. 12. Prezentácie študentov. 13. Prezentácie študentov.	
Odporúčaná literatúra: Scholz Ch. – Böhm, H.: Human Resource Management in Europe (Comparative analysis and contextual understanding). Routledge. 2008. Hollinshead, G. – Leat, M.: Human Resource Management (an international and comparative perspective on the employment relationship). Pitman Publishing. 1994. Kirkbride, P.S.: Human Resource Management in Europe (perspectives for the 1990's). Routledge. 1994. Sparrow, P. – Hiltrop, J.M. European Human Resource Management in Transition. Prentice Hall. 1994. Journal of HRM, Bratislava, Faculty of Management, Slovakia 1998-2013.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický	
Poznámky:	
Hodnotenie predmetov	

Celkový počet hodnotených študentov: 460					
A	B	C	D	E	FX
34,78	30,87	17,17	8,48	3,48	3,48
Vyučujúci: prof. Ing. Ľubica Bajzíkova, PhD., Mgr. Zuzana Búciova, PhD.,					
Dátum poslednej zmeny: september 2013					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave	
Fakulta: Fakulta managementu	
Kód predmetu: FM.KMk/030ME/00 FM.KMk/030M/00	Názov predmetu: Medzinárodný marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny (24 hodín/24 hodín), prednáška/seminár, kombinovaná metóda	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3. semester/5. semester	
Stupeň štúdia: 2. stupeň	
Podmieňujúce predmety: Marketing manažment	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: 40 % – aktívna účasť na seminároch (v prípade neospravedlnenej neúčasti alebo nepripravenosti na seminár strata 10 %), priebežné hodnotenie (písomný test – 0 %, možná strata 10 %), semestrálny projekt – aplikácia získaných teoretických znalostí na vybranú organizáciu – 20 %, semestrálna práca na vopred zvolenú a schválenú tému – 20 %. Záverečné hodnotenie: 60 % – záverečný písomný test. Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 91 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 81 bodov, na hodnotenie C najmenej 73 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 60 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študenti po absolvovaní predmetu Medzinárodný marketing získajú možnosť hlbšieho poznania problematiky pôsobenia a činnosti podnikateľských subjektov v prostredí medzinárodného a svetového trhu, ako aj orientácie v prostredí medzinárodných trhov, určovania vhodných stratégií pre vstup na dané trhy, ako aj aplikácie prvkov marketingového mixu v medzinárodnom kontexte. Predmet umožňuje odhadovať a analyzovať medzinárodné prostredie, určiť vhodnú stratégiu pre vstup na medzinárodný trh a porozumieť aplikácii prvkov marketingového mixu v kontexte medzinárodného prostredia.	
Stručná osnova predmetu:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Medzinárodný marketing – úvod do problematiky. Medzinárodný marketing a obchod. 2. Medzinárodné trhy a medzinárodný marketingový výskum. 3. Medzinárodné marketingové prostredie. 4. Stratégie vstupu na zahraničné trhy. 5. Medzinárodná segmentácia trhu, výber cieľových trhov a tvorba trhovej pozície. 6. Medzinárodný marketingový mix. 7. Produkt. Značka a budovanie značky v medzinárodnom kontexte. 8. Vstup na zahraničné trhy a medzinárodná distribúcia. Doprava a medzinárodná logistika. 9. Cena a cenové stratégie. Medzinárodný platobný systém. 10. Marketingová komunikácia a jej špecifiká v medzinárodnom kontexte. 11. Implementácia marketingových stratégií na medzinárodných trhoch. 12. Procesy globalizácie. Vplyv európskeho priestoru na marketing. 	
Odporúčaná literatúra:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. CZINKOTA, M. R. – RONKAINEN, I. A. 2010. <i>Principles of international marketing</i>. South-Western, Cengage Learning, 2010. 693 p. ISBN 978-1-4390-4137-6 2. MELAWAR, T. C. – GUPTA, S. 2012. <i>Strategic International Marketing. An Advance Perspective</i>. Palgrave Mcmillan, 2012. ISBN 978-0-230-58024-4. 3. MACHKOVÁ, H. 2009. <i>Mezinárodní marketing. 3., aktualizované a přepracované vydání</i>. Praha: Grada Publishing, 2009. 200 s. ISBN 978-80-247-2986-2 4. SMOLKOVÁ, E. – ŠTARCHOŇ, P. et al. 2013. <i>Značky a slovenský zákazník</i>. Bratislava: 	

Univerzita Komenského v Bratislave., 2013. 178 s. ISBN 978-80-223-3535-5					
5. Vzhľadom na nové a dostupné zdroje bude priebežne aktualizovaná.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský a anglický jazyk					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov					
Počet hodnotených študentov 335					
A	B	C	D	E	FX
23,14	27,29	20,09	15,72	13,1	0,66
Vyučujúci: doc. Mgr. Peter Štarchoň, PhD., doc. PhDr. Eva Smolková, CSc., Mgr. František Olšavský, PhD., Mgr. Samuel Smolka, Mgr. Peter Kravec					
Dátum poslednej zmeny: apríl 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					

Vysoká škola: Univerzita Komenského v Bratislave					
Fakulta: Fakulta managementu					
Kód predmetu: FM.KIS/010M/00 FM.KIS/010ME/00			Názov predmetu: E-biznis a e-marketing		
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny/2 hodiny (24 hodín/24 hodín), prednáška/seminár, kombinovaná metóda					
Počet kreditov: 6					
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3. semester/5. semester					
Stupeň štúdia: II.					
Podmieňujúce predmety:					
Podmienky na absolvovanie predmetu: Povinná účasť na seminároch a vypracovanie a prezentovanie záverečného projektu.					
Výsledky vzdelávania: Študent nadobudne základné vedomosti z oblasti podnikania na internete tak, aby bol schopný identifikovať podnikateľské príležitosti, vypracovať prieskum trhu, konkurencie a potenciálnych zákazníkov, následne vypracovať biznis plán ako aj zvoliť tie najvhodnejšie nástroje pre realizáciu podnikania. Absolvent predmetu je schopný vytvoriť si vlastný eshop ako ho aj úspešne spropagovať. Mnohí absolventi tohto predmetu úspešne podnikajú v online prostredí, čo svedčí aj o kvalite tohto predmetu.					
Stručná osnova predmetu: Definícia e-podnikania a pojmy Technologický prierez internetom Oblasti e-podnikania a stratégie Prieskum e-trhu a hľadanie cieľovej skupiny Tvorba web stránok a e-shopu Digital marketing SEO Social media a virálny marketing Analytické nástroje Usability testing Princípy úspešného e-biznisu Etika a legislatíva					
Odporúčaná literatúra: KALAKOTA, A: E-business 2.0: Roadmap for Success KAUSHIK, A: Webová analytika 2.0: kompletní průvodce analýzami návštěvnosti HORŇÁKOVÁ, M. Copywriting HESKOVÁ, M. - ŠTARCHOŇ, P. Marketingová komunikace a moderní trendy v marketingu SCOTT, D M. The new rules of marketing & PR JANOUCHE V.: 333 tipu a triku pro Internetový marketing					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 119					
A	B	C	D	E	FX
76 %	8 %	6 %	3 %	0 %	8 %
Vyučujúci: Ing. Jaroslav Vojtechovský, PhD., Mgr. Andrea Studeničová					
Dátum poslednej zmeny: máj 2014					
Schválil: prof. RNDr. Michal Greguš, PhD.					