

Ekonomía a podnikanie	Manažment	Turizmus
Makroekonomía	Základy manažmentu a manažérske kompetencie	Základy turizmu a hotelierstva
Účtovníctvo	Marketing	Geografia turizmu
Podnikové financie a ekonomika	Manažment ľudských zdrojov	Manažment animátorských a voľnočasových aktivít
Mikroekonomía	Inovačný manažment v turizme a hotelierstve	Udržateľný turizmus a hotelierstvo
Podnikanie v malých a stredných podnikoch	Organizačná kultúra a Interkulturny manažment	Regionálny marketing

Ekonomía a podnikanie

1. Agregátny trh – agregátny dopyt, agregátna ponuka a stanovenie makroekonomickej rovnováhy (definovať AD a AS, grafy, faktory pohybu po krivkách a posunu kriviek, definovať makroekonomickú rovnováhu – stav na trhoch statkov a služieb, výrobných faktorov – práce, pôdy, peňazí a kapitálu, modely MR).
2. Základné makroekonomické ukazovatele a meranie výkonnosti ekonomiky (hrubý domáci produkt – HDP, hrubý národný produkt; čistý domáci a národný produkt, národný dôchodok, čistý ekonomický blahobyt; index rozvoja človeka, pravý ekonomický rozvoj, čiastkové porovnanie a komplexnejšie modely porovnania ekonomík).
3. Hospodárska politika štátu, nezamestnanosť a inflácia (ciele a funkcie HP, nástroje HP, Kaldorov model, nezamestnanosť, jej druhy a meranie, formy, príčiny a dôsledky nezamestnanosti, inflácia a jej meranie, druhy, príčiny a dôsledky inflácie).
4. Teórie spotreby, úspor, investícií a ekonomický cyklus (spotreba a úspory – definovanie, členenie a výpočet C a S, jednoduchá Keynesova funkcia, investície a ich členenie, efekty v dôsledku investícií, ekonomický cyklus – definovanie, fázy a druhy).
5. Účty, zásady účtovania, účtovná dokumentácia a účtovné doklady (členenie a podstata účtov, účtovanie na súvahových účtoch, účtovanie na výsledkových účtoch).

6. Majetok podniku a jeho účtovanie (členenie, oceňovanie, obstaranie DM, opotrebovanie a odpisovanie DM, charakteristika, oceňovanie a účtovanie krátkodobého majetku).
7. Finančné účty a zúčtovacie vzťahy (obsah finančných účtov, zúčtovacie vzťahy z obchodného styku, zúčtovanie so zamestnancami a inštitúciami, účtovanie daní a dotácií).
8. Náklady a výnosy, štruktúra a účtovanie podľa druhu činnosti (N a V na hospodársku činnosť, finančnú činnosť a mimoriadnu činnosť, výsledok hospodárenia a jeho špecifikácia).
9. Finančná politika, finančné potreby a zdroje podniku, finančné trhy (ciele FP, definovanie finančných potrieb a zdrojov financovania; finančné trhy a ich členenie a špecifikácia).
10. Finančné rozhodovanie a plánovanie podniku, ekonomická a finančná analýza podniku a jej metódy (prístupy k FR a plánovaniu; finančné rozhodovanie o krátkodobej alokácii kapitálu - obežné aktíva a obrat OA; finančné rozhodovanie o dlhodobej alokácii kapitálu - stále aktíva, investície; finančné plánovanie podniku - štruktúra, obsah, metódy tvorby finančného plánu).
11. Členenie celkových finančných zdrojov a štruktúra vlastných finančných zdrojov podniku (FZ - podľa vlastníka, príslušnosti k podniku a z hľadiska času; získavanie vlastného kapitálu z externých zdrojov - v podnikoch jednotlivca, osobných spol., družstvách a kapit. spol., získavanie vlastného kapitálu z interných zdrojov - samofinancovanie - zisk, odpisy + ostatné interné zdroje, odpisy - druhy a metódy odpisovania).
12. Získavanie a štruktúra cudzích finančných zdrojov, osobitné formy financovania a finančná podpora štátu (získavanie kapitálu z cudzích zdrojov - krátkodobé úvery, dlhodobé a strednodobé úvery, osobitné formy financovania a formy finančnej podpory štátu).
13. Teória spotrebiteľského správania (spotrebiteľské výhody, úžitkové funkcie a indifferenčné krivky, rozpočtové obmedzenia, spotrebiteľská rovnováha).
14. Dopyt na trhu a jeho elasticita (formovanie dopytu na trhu, cenová elasticita dopytu a jeho využitie, necenová elasticita dopytu, faktory ovplyvňujúce krivku ponuky a posun krivky ponuky).
15. Teória výroby a náklady firmy (výroba a výrobná funkcia, zákon klesajúcej hraničnej produktivity, nahradenie výrobných faktorov, členenie výrobných nákladov a časové hľadisko).
16. Trh dokonalej a nedokonalej konkurencie, oligopolistický trh (znaky a podmienky dokonalej konkurencie, maximalizácia zisku v krátkodobom horizonte, maximalizácia zisku z dlhodobého hľadiska, hlavné faktory a príčiny nedokonalej konkurencie, hlavné črty čistého monopolu, ekonomické dôsledky monopolu, monopolistická konkurencia a jej hlavné črty, známky oligopolného trhu).



Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Inštitút manažmentu
Námestie Jozefa Herdu 2
917 01 Trnava

17. Podstata, význam malého a právne predpoklady malých a stredných podnikov v ekonomike štátu (kategorizácia MSP podľa veľkosti, základná charakteristika MSP, právne podmienky pre podnikanie v SR a právne formy podnikov).
18. Podpora malého a stredného podnikania na Slovensku a na úrovni Európskej únie).
19. Rodinné podnikanie (základná charakteristika rodinných podnikov, typy rodinných podnikov, kultúra rodinného podnikania, rodinné podnikanie doma a vo svete).
20. Kooperácia malých a stredných podnikov (formy združovania podnikov, združenie podnikov na báze kooperácie, združenie podnikov na báze koncentrácie).

Manažment

1. Osobnosť manažéra a manažérske kompetencie (odborné znalosti interpersonálne zručnosti, koncepčné schopnosti a skúsenosti, výkonnostné predpoklady, kompetenčné modely).
2. Manažérske rozhodovanie a informačný proces (Základné charakteristiky a druhy rozhodovania, základné úlohy informačného systému, fázy informačného procesu).
3. Základné manažérske funkcie (plánovanie, SMATR - cieľ, organizovanie, organizačné štruktúry, štýly vedenia ľudí, proces a druhy kontroly).
4. Manažérska komunikácia a efektívne vedenie pracovných porád (základné komunikačné zručnosti manažéra - asertivita, empatia, persúázia, aktívne počúvanie, príprava, vedenie a závery z porád).
5. Zvládanie stresu a riadenie využívania (druhy stresu, techniky a zásady time manažmentu, prínosy TM).
6. Spoločensky zodpovedné riadenie (pilieri spoločenskej zodpovednosti, spoločenská zodpovednosť stakeholderský prístup, etický kódex).
7. Marketing (definícia marketingu, dopyt, želanie, potreba, trh a druhy trhov, segmentácia trhu, marketingový mix).
8. Produkt, cena a distribúcia (FED faktory, vrstvy produktu, delenie produktov - základné a rozšírené, tri prístupy stanovenia cien, cenové triky, distribučné kanály, distribučná stratégia).
9. Marketingová komunikácia ako jeden z nástrojov marketingu (komunikačný mix a jeho nástroje - definícia reklamy, PR, podpory predaja, osobného predaja a priameho marketingu).
10. Manažment ľudských zdrojov (charakteristika, úlohy a obsah riadenia ľudských zdrojov v manažmente organizácií, funkcie manažmentu ľudských zdrojov a ich popis).
11. Získavanie a výber zamestnancov (definícia, postup, popis metód získavania a výberu zamestnancov).
12. Rozmiestňovanie zamestnancov (prijímanie a adaptácia nových zamestnancov, skončenie pracovného pomeru, outplacement)
13. Vzdelávanie, rozvoj a riadenie kariéry zamestnancov (cieľ, cyklus a metódy vzdelávania, talent manažment).



14. Hodnotenie a odmeňovanie zamestnancov (význam, ciele, druhy/formy a zásady hodnotenia a odmeňovania, hodnotiace rozhovory).
15. Invencia a inovácia (charakteristika, klasifikácia, hybné sily inovácií; bariéry pri tvorbe inovácií; osobitosti inovácií v cestovnom ruchu).
16. Inovovanie (potreba inovovania; zámer inovovania; zdroje inovovania; možnosti financovania, inovačný proces; pravidlá efektívneho inovačného procesu).
17. Klaster (klastrové iniciatívy, organizácie; kľúčové elementy klastrov; klastrová politika; založenie klastra; prínosy klastra; metódy vzniku klastra).
18. Podstata, význam organizačnej kultúry a jej prostriedky (význam, charakteristiky, štruktúra, formy a prostriedky organizačnej kultúry).
19. Riadenie zmeny organizačnej kultúry a utváranie žiaducej organizačnej kultúry (proces zmeny, faktory úspechu a neúspechu zmeny).
20. Manažment interkultúrnych aspektov fúzií a akvizícií, zmeny kultúry ako dôsledok fúzií a akvizícií (úrovne kultúry, tri modely firemnej kultúry medzinárodnej organizácie, úlohy manažmentu pri medzinárodných spojeniach podnikov, faktory, ovplyvňujúce úspech projektov fúzií a akvizícií, interkultúrna kompetencia manažéra).

Turizmus

1. Počiatky, vývoj a súčasnosť turizmu a hotelierstva na Slovensku (historické míľniky turizmu, druhy a formy turizmu na Slovensku).
2. Produkt hotela a pracovník v hotelierstve – základné piliere úspešnosti na trhu (charakteristiky a druhy produktov, vystupovanie zamestnanca, starostlivosť o zákazníka, typy pracovníkov).
3. Činitele rozvoja a rozmiestnenia turizmu (selektívne faktory, lokalizačné podmienky, realizačné podmienky).
4. Formy turizmu vo vzťahu ku geografickej lokalizácii (subjekt turizmu, objekt turizmu, mäkkí turisti, tvrdí turisti, okolie systému turizmu).
5. Prírodný a polohový potenciál (potenciál a regióny, región, regionalizácia turizmu SR).
6. Regióny turizmu SR (Bratislava, Podunajsko, Záhorie, Považie, Nitra región, Turiec, Orava, Kysuce, Pohronie, Horehronie, Poiplie, Gemer, Liptov, Tatry, Spiš, Košice región, Šariš, Zemplín).
7. Charakteristika základných pojmov, historický vývoj vnímania voľného času, funkcie voľného času.
8. Edukácia ako súčasť trávenia voľného času, osobitosti voľnočasových aktivít vs. štandardných edukačných aktivít.
9. Animácia ako pravidelná, dlhodobá činnosť vs. jednorazová, resp. časovo ohraničená činnosť. Animátor ako manažér voľnočasových aktivít.
10. Vekové špecifiká vo voľnom čase (Ranné detstvo; Predškolský vek; Mladší školský vek; Školský vek; Obdobie dospievania – puberta; Adolescencia; Mladšia dospelosť; Stredná dospelosť, Staršia dospelosť; Staroba).
11. Proces tvorby animačného programu (plánovanie, organizovanie, vedenie, kontrola, nákladovosť).
12. Udržateľný turizmus (vymedzenie pojmu udržateľný turizmus a jeho základné princípy; dopady zmien vyvolaných turizmom v destinácii a ich prejavy; druhy a formy udržateľného turizmu; obľúbené turistické destinácie na pozorovanie vtáctva a divej zveri; stratégia riadenia pre udržateľnosť; medzinárodné kľúčové dokumenty pre biodiverzitu a udržateľný turizmus).
13. Riadenie kvality v udržateľnom turizme, certifikácia a meranie udržateľného turizmu (riadenie kvality v udržateľnom turizme a certifikácia, meranie udržateľného turizmu a sústava ukazovateľov pre udržateľné riadenie európskych

destinácií, monitorovanie udržateľnosti turizmu a typológia indikátorov efektov turizmu).

14. Uplatňovanie environmentálneho prístupu vo vybraných službách turizmu (uplatňovanie environmentálneho prístupu v ubytovacích službách a environmentálne označovanie ubytovacích zariadení, uplatňovanie environmentálneho prístupu v stravovacích službách - zelené verejné obstarávanie, ekologické nástroje udržateľnej reštaurácie, príklady niektorých ekologických stravovacích zariadení, uplatňovanie environmentálneho prístupu v dopravných službách a v ostatných službách turizmu).
15. Ochrana prírody v kontexte s rozvojom turizmu (orgány ochrany prírody v SR, prírodné lokality Slovenska zapísané v UNESCO, Národné parky Slovenska, udržateľnosť turizmu v chránených územiach SR, posudzovanie vplyvov na životné prostredie, environmentálny krízový manažment (EKM), ekologické raje na svete a turizmus v nich).
16. Klimatické zmeny v kontexte s turizmom (vplyv klimatických zmien na turizmus; emisie z globálneho klimatického turizmu, zmierňujúce politiky a opatrenia, ekonomické dopady globálneho otepľovania, možné riešenia globálnych klimatických problémov).
17. Kapacita územia a overturizmus (únosná kapacita územia, charakteristika, hlavné príčiny a dôsledky overturizmu, overturizmus vo svete a spôsoby eliminácie, zodpovedný turizmus, marketingové taktiky na zabránenie negatívnych dopadov na destináciu, stratégie a opatrenia UNWTO na zníženie počtu návštevníkov v mestách, monitorovanie a kvantitatívne hodnotenie stavu a vývoja overturizmu).
18. Regionálny marketing (charakteristika, funkcie a zameranie, marketing miesta – nositelia a ciele, dôvody uplatňovania regionálneho marketingu, proces regionálneho marketingu, formy a nástroje marketingovej komunikácie regiónu, marketing udalostí, oblasti zamerania marketingu obyvateľov, sociálne siete v marketingu miest a obcí).
19. Možnosti zviditeľnenia regiónov prostredníctvom turistických atraktivít a podujatí (príklady z domova i zo sveta; možnosti spolupráce v rámci cestovného ruchu v regiónoch – subjekty, príklady, efekty spolupráce, euroregióny a Slovensko ako ich súčasť).
20. Smart Cities a príklady využitia v praxi miest a obcí (doprava, kultúra, odpadové hospodárstvo, verejné priestranstvá; virtuálne prehliadky a zdieľané služby v mestách - príklady z domova i zo sveta).

Odporúčaná literatúra

1. Animátor voľného času. Príručka pre začínajúcich animátorov, Agentúra PRO-STAFF, 2009, 143s.
2. Armstrong, M. 2007. Riadenie ľudských zdrojov: Najnovšie trendy a postupy. 10. vydanie. Praha: Grada Publishing, a.s. 800 s. ISBN 80-247-1407-3.
3. Babiár, M. 2013. Outdoorové animácie v cestovnom ruchu, vyd. STAGEMAN. ISBN 978-83-9371-641-8.
4. Baczek, J.B. Animácia voľného času, e-kniha, vyd. STAGEMAN, ISBN 978-83-928702-2, 115s.
5. Belica, M. 2002. Podnikové financie. SPU Nitra, 171 s. ISBN 80-869-006-5.
6. Bradley R. Schiller. 2004. Mikroekonomie dnes. Brno: Computer Press, 404 s. ISBN 80-251-0109-6.
7. Burger, P. 2016. Inovačná a klastrová politika. Košice: Elfa. ISBN 978-80-8086-257-2.
8. Cenigová, A. 2020. Podvojný účtovníctvo podnikateľov: praktická príručka, doplnená a aktualizovaná k 1.1.2020: doplnená a aktualizovaná k 1. 1. 2020. 19. vydanie. Bratislava: CENIGA, s. r. o. 664 s. ISBN 978-80-973274-1-5.
9. Černá, J. 2015. Nové trendy v cestovnom ruchu pre marketérov. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. ISBN 978-80-8105-728-1.
10. Fendeková, E. a kol. 2018. Mikroekonómia: zberka príkladov. 1. vydanie. Bratislava: Wolters Kluwer, 344 s. ISBN 978-80-8168-985-7.
11. Fetisovová, E. a kol. 2020. Podnikové financie, Zberka príkladov. Bratislava: Iura Edition, ISBN 978-80-8078-367-9.
12. Flimel, M. 2019. Vybrané technické inovácie pre udržateľné životné prostredie. Prešov: Tribun, EU. ISBN 978-80-553-3432-5.
13. Gabrhelová, G. 2018. Vybrané aspekty rodinného podnikania v medzinárodnom podnikateľskom prostredí. Dubnica nad Váhom: Vysoká škola DTI, 2018. ISBN 978-80-89732-80-7.
14. Gajdošíková, Z. 2017. Inovácie v cestovnom ruchu. Banská Bystrica: Bellanum. ISBN 978-80-557-1230-7.
15. Gregorová, B. - Neradný, M. - Klaučo, M. - Masný, M. - Balková, N. 2015. Cestovný ruch a regionálny rozvoj. Banská Bystrica: Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici Belianum, 198 s., ISBN 978-80-557-0952-9.
16. HALL, C. M. - PAGE, S. J. 2014. Geography of Tourism and Recreation. Taylor & Francis Ltd. 458 s. ISBN 978-04-1583-399-8.
17. Hamarnehová, I. 2008. Geografie cestovního ruchu, Evropa. Plzeň: Aleš Čeněk. 272 s. ISBN 978-80-7380-093-2.
18. Hofstede, G. - Hofstede, G. J. - Minkov, M. 2007. Kultury a organizace: software lidské mysli. Praha: Linde.
19. Holková, V., Veselková, A. 2020. Mikroekonómia. 1. vydanie. Praha: Wolters Kluwer ČR, a. s., 392 s. ISBN 978-80-7598-890-4.
20. Horbulák, Z. 2015. Spoločenská zodpovednosť malých a stredných podnikov. Bratislava: Iris. ISBN 978-80-8153-041-8.
21. Hvizdová, E. Udržateľný cestovný ruch ako šanca pre rozvoj regiónov a zamestnanosti. Dostupné na:

[https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Zarzadzanie_Teoria_i_Praktyka/Zarzadzanie_Teoria_i_Praktyka-r2016-t-n2_\(16\)/Zarzadzanie_Teoria_i_Praktyka-r2016-t-n2_\(16\)-s29-35/Zarzadzanie_Teoria_i_Praktyka-r2016-t-n2_\(16\)-s29-35.pdf](https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Zarzadzanie_Teoria_i_Praktyka/Zarzadzanie_Teoria_i_Praktyka-r2016-t-n2_(16)/Zarzadzanie_Teoria_i_Praktyka-r2016-t-n2_(16)-s29-35/Zarzadzanie_Teoria_i_Praktyka-r2016-t-n2_(16)-s29-35.pdf)

22. Ivanička, K. a kol. 2014. Trvalá udržateľnosť inovácií v rozvoji Slovenska. Bratislava: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-8168-036-6.
23. Jánošová, D. 2012. Uplatňovanie marketingových aktivít v prospech regionálneho rozvoja. Trnava. 115 s. ISBN 978-80-8105-426-6.
24. Jánošová, D. 2014. Zelené inovácie ako súčasť marketingu územia. In: Marketing identity 2014: Digitálne inovácie a zelené inovácie. Trnava. UCM. S. 169 – 179. ISBN 978-80-8105-668-0.
25. Jánošová, D. 2015. Vybrané aspekty regionálneho marketingu. Trnava. 114 s. ISBN 978-80-8105-746-5.
26. Jánošová, D. 2018. Možnosti inovatívnych foriem marketingovej komunikácie v regionálnom marketingu. Trnava. UCM. 171 s. ISBN 978-80-8105-967-4.
27. Jánošová, L., Labudová, L. 2018. Trendy v regionálnej marketingovej komunikácii. In: Marketing identity 2018: digitálne zrkadlá. Trnava. UCM. s. 43 – 54. ISBN 978-80-8105-986-5.
28. Ježková, R.; Ježek, J. 2011. Podnikanie a jeho komunálna a regionálna podpora. Bratislava: Eurokódex. ISBN 978-80-89447-47-3.
29. Joniaková Z. - Gálik, R. - Blštáková, J. - Tarišková, N. 2016. Riadenie ľudských zdrojov. Bratislava: Wolters Kluwer. 456 s. ISBN 978-80-8168-532-3.
30. Jurečka, V. a kol. 2010. Makroekonomie. Grada Publishing, a.s., 336 s. ISBN 978-80-247-3258-9.
31. Kachaňáková A. - Stachová, K. - Stacho, Z. 2013. Riadenie ľudských zdrojov v organizáciách pôsobiach na Slovensku. Bratislava: Iura Edition. 130 s. ISBN 978-80-8078-606-9.
32. Kachaňáková, A. - Nachtmannová, O. - Joniaková, Z. 2011. Personálny manažment. 1. vydanie. Bratislava: Iura Edition. 235 s. ISBN 978-80-8078-192-7.
33. Kachaňáková, A. 2010. Organizačná kultúra. 1. vydanie. Bratislava: Iura Edition. 137 s. ISBN 978-80-8078-304-4.
34. Kachaňáková, A., Stachová, K. 2011. Praktikum - Organizačná kultúra. 1. vydanie, Bratislava: crr.sk. 126 s. ISBN 978-80-8137-011-3.
35. Kalouda, F. 2011. Finančné řízení podniku. 2. rozšírené vydanie. Plzeň. ISBN 978-80-7380-315-5.
36. Kerekeš, J. 2018. Kúpeľníctvo a jeho význam v turizme. Bratislava: Weltprint, 285s. ISBN 978-80-9730-351-8.
37. Kerekeš, J. 2019. Vidiacky turizmus a agroturizmus v regiónoch turizmu. 2019. ISBN 978-80-570-1032-6.
38. Kotíková, H., Schwartzhoffová, E. 2017. Cestovní ruch. Olomouc: Univerzita Palackého. 156 s. ISBN 978-80-244-5189-3.
39. Križanová, D. 2005. Teória a metodika animačných činností, Bratislava.
40. Lauko, V. 2013. Geografia Slovenskej republiky: Humánna geografia. Bratislava: Univerzita Komenského, 289 s. ISBN 978-80-89317-23-3.

41. Legislatívny rámec turizmu a hotelierstva - dostupné na <https://www.mindop.sk/ministerstvo-1/cestovny-ruch-7/legislativa-a-koncepcne-dokumenty/legislativa>.
42. Lisý, J. 2005. Výkonnosť ekonomiky a ekonomický rast. Bratislava: Iura edition, ISBN 80-8078-035-8.
43. Lisý, J. a kol. 2016. Základy ekonómie a ekonomiky. EKONÓM. ISBN 978-80-755-2275-7.
44. Litomerický, J. 2018. Atraktivity a kvalita služieb cestovného ruchu v Slovinsku. In: Vedecké state Obchodnej fakulty 2018/2: zborník vedeckých statí. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, s. 118-123. ISBN 978-80-225-4566-2.
45. Litomerický, J., Lukáč, M. 2022. Udržateľný turizmus, Trnava. 218 s., ISBN 978-80-572-0256-1.
46. Lopušný, J. 2001. Geografia cestovného ruchu Slovenska. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB. 101 s. ISBN 978-80-8055-548-6.
47. Lukášová, R. 2010. Organizační kultura a její změna. Praha: Grada Publishing. 240 s. ISBN 978-80-247-2951-0.
48. Majtán, M. a kol. 2016. Manažment. Bratislava: Ekonomická univerzita Edícia Economics. ISBN 978-80-89710-27-0.
49. Mankiw, N.G. 2000. Zásady ekonómie. Praha: Grada, ISBN 978-80-7169-891-3.
50. Marasová, J. - Horehájová, M. - Mazúrová, B. - Horeháj, J. 2018. Princípy mikroekonómie. 1. vydanie. Bratislava: Wolters Kluwer, 248 s. ISBN 978-80-8168-976-5.
51. Matlovičová K. - Klamár R. - Mika M. 2015. Turistika a jej formy. Prešov: PU Grafotlač Prešov, 550s. ISBN 978-80-555-1530-4.
52. Nelson, V. 2021. Introduction to the Geography of Tourism. ROWMAN & LITTLEFIELD. 400 s. ISBN 1538135175.
53. Nový, I. - Schroll-Machl, S. 2005. Spolupráce přes hranice kultur. Praha: Management press. 313 s. ISBN 80-7261-121-6146.
54. Nový, I. - Schroll-Machl, S. 2007. Interkulturní komunikace v řízení a podnikání (česko-německá). Praha: Management press. 161 s. ISBN 8072611584.
55. Oriška, J. 2002. Kongresové služby a animácia v cestovnom ruchu. Bratislava.
56. Paličková, I. 2012. Cvičebnice mikroekonomie. 1. vydanie. Brno: BizBooks, 143 s. ISBN 978-80-265-0042-1.
57. Papula, J. 2017. Podnikanie a manažment: korene, podstata, súvislosti a trendy. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7552-579-6.
58. Pecníková, J. 2020. Úvod do štúdia kultúry. Banská Bystrica: DALI-BB, s.r.o. 79 s. ISBN 978-80-8141-241-7.
59. Piškanin, A. - Rudy, J. - Bajzíkova, L. - Sulíková, R. - Šajgalíková, H. - Wojčák, E. 2010. Manažment: klasické teórie a moderné trendy. Bratislava: Univerzita Komenského, Fakulta manažmentu. 345 s.
60. Plesník, P. 2010. Geografia cestovného ruchu. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu a teritoriálních studií. 93 s. ISBN 978-80-2547-253-8.
61. Plesník, P. Udržateľnosť cestovného ruchu v meniacom sa svete, dostupné na: https://is.slu.cz/publication/59981/Udrzatelny_CR_Karvina_2021_Archiv_e.pdf.

62. Plesník, P. Udržateľný cestovný ruch. Dostupné na:
http://www.plesnik.info/sites/default/files/UDCR_uvod.pdf.
63. Poliak, P. 2015. Interkultúrne rozdiely v manažmente organizácií. Banská Bystrica: Belianum. 141 s.
64. Přívarová, M. 2009. Rovnováha a nerovnováha v ekonomickej teórii. Bratislava: Iura edition, ISBN 978-80-8078-262-7.
65. Repková Štofková K. a kol. 2021. Financie a finančné riadenie. EDIS. ISBN 9788055417721.
66. Rybanský, R., Ščasnovičová, I. 2011. Základy manažmentu. 183 s. ISBN 978-80-8105-242-2
67. Samuelson, P. A., Nordhaus, W. D. 2007. Ekonomie. 18. vydání, Praha: NS Svoboda, ISBN 978-80-205-0590-3.
68. Sedlák, M. 2009. Manažment. 4. prepracované a doplnené vydanie. Bratislava: Iura Edition. 434 s. ISBN 978-80-8078-283-2
69. Sedliačiková, M. Finančné účtovníctvo. Online skriptá. prístup: https://www.researchgate.net/publication/330412966_Financne_uctovnictvo/link/5c3f1bc792851c22a3796719/download 2018.
70. Sklenka, M. - Šlosárová, A. - Hornická, R. - Blahušiaková, M. 2019. Účtovníctvo podnikateľských subjektov II. 2. prepracované a doplnené vydanie. Bratislava: Wolters Kluwer., 336 s. ISBN 978-80-571-0055-3.
71. Stacho, Z. - Stachová, K. - Papula, J. - Papulová, Z. - Kohnová, L. 2019. Effective communication in organizations increases their competitiveness. Polish Journal of Management Studies, 19.
72. Stacho, Z. - Stachová, K. 2017. Organizácia manažérskej práce. Bratislava: Wolters Kluwer, 304 s. ISBN 978-80-81687-19-8.
73. Stacho, Z., Stachová, K. 2017. Organizácia manažérskej práce. 304 s. ISBN 978-80-8168-719-8.
74. Stacho, Z., Stachová, K. 2021. Základy manažmentu. 2 doplnené vydanie. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 157s. ISBN 978-80-572-0214-1.
75. Stachová, K. - Blišťáková, J. - Stacho Z. 2021. Riadenie ľudí v digitálnej a post-pandemickej dobe. Bratislava: Wolters Kluwer 148 s. ISBN 978-80-7676-239-8.
76. Stachová, K., Stacho, Z. 2014. Analýza organizačnej kultúry (CD). 1. vydanie. Bratislava: Vysoká škola ekonómie a manažmentu verejnej správy, 173 s. ISBN 978-80-89654-16-1.
77. Stachová, K., Stacho, Z. 2014. Analýza organizačnej kultúry. Bratislava: Vysoká škola ekonómie a manažmentu verejnej správy v Bratislave. 143 s. ISBN 978-80-89654-16-1.
78. Strážovská, H. - Strážovská, L. - Bažó, L. a kol. 2013. Podnikanie malých a stredných podnikov. Bratislava: Sprint 2.. ISBN 978-80-89393-88-6
79. Účtová osnova a rámcová účtová osnova. Prístup: <https://www.podnikajte.sk/uctovnictvo/uctova-osnova-2023>.
80. Vadkertiová, A., Moravcová, M. 2022. Základy makroekonómie. Online skriptá. prístup: <https://imucm.sk/virtualna-studovna-im/>.
81. Vinczeová, M. 2018. Možnosti financovania malých a stredných podnikov z cudzích zdrojov. Banská Bystrica: Bellanum, ISBN 978-80-557-1418-9.



Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Inštitút manažmentu
Námestie Jozefa Herdu 2
917 01 Trnava

82. Vlachynský, K. a kol. 2009. Podnikové financie. Bratislava: Iura Edition, 524 s., ISBN 978-80-807-825-80.
83. Wieszik, M., Niňajová, I., Švajda, J., Elexová, L. Koncept prírodného turizmu v slovenských podmienkach. Dostupné na: https://www.aevis.org/wp-content/uploads/2019/11/koncept_prirodného_turizmu_v2_final-1.pdf
84. Zalai, K. a kol. 2016. Finančno-ekonomická analýza podniku. Bratislava: Sprint 2. ISBN 9788089710225.
85. Závodná, L. S. 2015. Udržiteľný cestovní ruch. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-4576-2.