

Zoznam predmetov

Študijný program: Manažment v turizme a hotelierstve

Stupeň štúdia: prvý

Forma štúdia: externá

Zoznam informačných listov:

KMTH/MATU/BcE/01/25	Analýza dát v turizme
KMTH/MATU/BcE/02/25	Anglický jazyk pre manažérov I.
KMTH/MATU/BcE/03/25	Anglický jazyk pre manažérov II.
KMTH/MATU/BcE/04/25	Anglický jazyk pre manažérov III.
KMTH/MATU/BcE/05/25	Anglický jazyk pre manažérov IV.
KMTH/MATU/BcE/06/25	Bakalárska prax
KMTH/MATU/BcE/07/25	Bakalárska práca
KMTH/MATU/BcE/08/25	Bakalársky projekt
KMTH/MATU/BcE/09/25	Balneológia a zdravotný turizmus
KMTH/MATU/BcE/10/25	Daňový systém
KMTH/MATU/BcE/11/25	Európska únia
KMTH/MATU/BcE/12/25	Financie
KMTH/MATU/BcE/13/25	Finančná analýza
KMTH/MATU/BcE/14/25	Gastronómia
KMTH/MATU/BcE/15/25	Geografia turizmu
KMTH/MATU/BcE/16/25	Informatika
KMTH/MATU/BcE/17/25	Inovačný manažment v turizme a hotelierstve
KMTH/MATU/BcE/18/25	Interkultúrny manažment
KMTH/MATU/BcE/19/25	Logistika v službách
KMTH/MATU/BcE/20/25	Makroekonómia
KMTH/MATU/BcE/21/25	Manažment
KMTH/MATU/BcE/22/25	Manažérska komunikácia
KMTH/MATU/BcE/23/25	Manažment a manažérske kompetencie
KMTH/MATU/BcE/24/25	Manažment informačných systémov v turizme a hotelierstve
KMTH/MATU/BcE/25/25	Manažment kvality v službách
KMTH/MATU/BcE/26/25	Manažment ľudských zdrojov
KMTH/MATU/BcE/27/25	Manažment rizík v turizme
KMTH/MATU/BcE/28/25	Manažment verejných politík
KMTH/MATU/BcE/29/25	Marketing
KMTH/MATU/BcE/30/25	Matematika
KMTH/MATU/BcE/31/25	Mikroekonómia
KMTH/MATU/BcE/32/25	Online marketingové nástroje a aplikácie
KMTH/MATU/BcE/33/25	Podnikanie v malých a stredných podnikoch
KMTH/MATU/BcE/34/25	Podniková etika
KMTH/MATU/BcE/35/25	Podniková kultúra a identita
KMTH/MATU/BcE/36/25	Podniková simulácia DE
KMTH/MATU/BcE/37/25	Podniková simulácia FI
KMTH/MATU/BcE/38/25	Podniková simulácia SK
KMTH/MATU/BcE/39/25	Podnikové financie a ekonomika ,85
KMTH/MATU/BcE/40/25	Právo pre manažérov
KMTH/MATU/BcE/41/25	Regionálny marketing
KMTH/MATU/BcE/42/25	Regionálny rozvoj
KMTH/MATU/BcE/43/25	Religionistika a turizmus
KMTH/MATU/BcE/44/25	Semestrálny projekt I.
KMTH/MATU/BcE/45/25	Semestrálny projekt II.
KMTH/MATU/BcE/46/25	Semestrálny projekt III.
KMTH/MATU/BcE/47/25	Služby v turizme a hotelierstve
KMTH/MATU/BcE/48/25	Sprievodcovská činnosť v turizme
KMTH/MATU/BcE/49/25	Štatistika
KMTH/MATU/BcE/50/25	Štátna skúška

KMTH/MATU/BcE/51/25
KMTH/MATU/BcE/52/25
KMTH/MATU/BcE/53/25
KMTH/MATU/BcE/54/25

Turizmus a hotelierstvo
Udržateľný turizmus a hotelierstvo
Účtovníctvo
Úvod do semestrálnych projektov

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/01/25	Názov predmetu: Analýza dát v turizme
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh: PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na cvičeniach a vypracovanie zadání počas semestra podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na cvičeniach a vypracovanie seminárnej práce podľa zadania vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 60% písomná skúška, 40% seminárna práca. - Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent získa vedomosti o základných princípoch výskumu, význame a aplikácii dátových analýz v oblasti turizmu. Získa prehľad o kvantitatívnych a kvalitatívnych metódach výskumu v turizme. Študent sa oboznámi s metódami získavania a spracovania primárnych a sekundárnych dát, ako aj s významnými zdrojovými databázami v oblasti turizmu. Získa vedomosti o štatistických metódach a nástrojoch na spracovanie a interpretáciu dát v turizme. Zručnosti: Študent predmetu sa naučí systematicky zbierať, spracovávať a interpretovať dáta týkajúce sa turizmu. Študent dokáže aplikovať základné štatistické metódy a získa schopnosť používať softvérové nástroje na analýzu dát - Excel, XLSTAT. Profesijné kompetencie: študent nadobudne kompetencie na aplikovanie získaných vedomostí v oblasti turizmu. Bude schopný formulovať odporúčania na základe analytických výsledkov. Získa schopnosť využívať analytické nástroje na podporu strategického rozhodovania v oblasti turizmu. Študent sa naučí pripravovať analytické správy a prezentácie. Prenositel'né kompetencie: študent predmetu si rozvinie analytické a kritické myslenie pri práci s dátami a zároveň dokáže riešiť problémy a prijímať rozhodnutia na základe dátových podkladov. Študent si zdokonalí prezentačné a komunikačné zručnosti pri prezentácii dátových analýz a získa skúsenosti s tímovou spoluprácou pri spracovaní a interpretácii dát v oblasti turizmu.	
Stručná osnova predmetu: - Úvod do analýzy dát v turizme. Význam dát v rozhodovacích procesoch v oblasti turizmu. Potreba výskumu v turizme. - Informácie a turizmus. Primárne a sekundárne dáta. Zber primárnych a sekundárnych dát. - Zdrojové databázy v turizme. - Spracovanie a analýza sekundárnych dát. Vyhodnocovanie a vizualizácia sekundárnych dát v turizme. - Spracovanie bibliometrickej analýzy vo VOSviewer.	

6. Kvalitatívny výskum v turizme. Plán kvalitatívneho výskumu.
7. Metódy výberu a metódu zberu dát. Analýza a možnosti interpretácie kvalitatívnych dát. Ukážka spracovania kvalitatívnych dát v programe NVivo.
8. Kvantitatívny výskum v turizme. Metódy kvantitatívneho výskumu.
9. Dotazníkový prieskum ako metóda získavania dát v turizme.
10. Kvantitatívne štatistické testy v Exceli a ich využitie v turizme. Kódovanie.
11. Spracovanie, vizualizácia a interpretácia kvantitatívnych dát v Exceli.
12. Spracovanie, vizualizácia a interpretácia kvantitatívnych dát v Power BI.
13. Spracovanie, vizualizácia a interpretácia dát v štatistickom programe XLSTAT.

Odporúčaná literatúra:

1. BOROWIECKI, K. a kol.. 2025. Innovative Cultural Tourism in European Peripheries. Routledge. ISBN 978-10-372-2899-5.
2. BROTHERTON, B. 2015. Researching Hospitality and Tourism. SAGE Publisher. 311 s. ISBN 978-14-462-8754-5.
3. BRUNT, P. - HARNER, S. - SEMLEY, N. 2019. Research Methods in Tourism Hospitality and Events Management. Sage Publications. 360 s. ISBN 978-14-739-1915-0.
4. JENNINGS., G. 2011. Tourism Research. Wiley. 472 p. ISBN 978-17-421-6460-1.
5. KOZEL, R. 2005. Moderní marketingový výzkum. Grada. 280 s. ISBN 978-80-247-6978-3.
6. NAGYOVÁ, L. a kol. 2014. Výskum trhu. SPU v Nitre. 315 s. ISBN 978-80-552-1271-5.
7. NUNKOO, R. 2018. Handbook of Research Methods for Tourism and Hospitality Management. Edward Elgar Publishing. 584 s. ISBN 978-17-853-6628-4.
8. SMITH, S., L., J. 2017. Practical Tourism Research. Cabi. 284 s. ISBN 978-17-806-4887-3.
9. TAHAL, R. a kol. 2022. Marketingový výzkum - Postupy, metody, trendy - 2. vydání. 206 s. ISBN 978-80-271-2525-6.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 13

iné: vypracovanie zadani: 21

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: Ing. Martina Hudecová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/02/25	Názov predmetu: Anglický jazyk pre manažérov I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh: PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je aktívna účasť na seminároch, vypracovanie písomných aj ústnych заданий počas semestra podľa zadania vyučujúceho a úspešné zvládnutie priebežného testu. Pre úspešné absolvovanie testu je nutné, aby študent dosiahol minimálny počet bodov, ktorý tvorí 50% znalosti preberaného obsahu. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške minimálne 50 % účasť na seminároch, úspešné napísanie priebežného testu, vypracovanie заданий (písomných aj ústnych) podľa zadania vyučujúceho do vopred stanoveného termínu. 100% záverečné hodnotenie – aktivita na seminároch 20%, prezentácie a задания 30%, výsledok kombinovanej skúšky 50% (písomná a ústna) - Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent si osvojuje odbornú anglickú terminológiu súvisiacu s univerzitou, vysokoškolským priestorom, trhom práce a jeho požiadavkami na budúcich absolventov, ako aj odborom, ktorý študuje. Pozná minulosť ale aj najnovšie trendy v oblasti ekonómie a manažmentu, získané vedomosti a pojmový aparát z problematiky manažmentu, ekonómie, cestovného ruchu a hotelierstva, ktoré aplikuje v anglickom jazyku, využíva autentické odborné texty, rôzne zdroje a moderné technológie. Zručnosti: Študent je schopný aplikovať základné poznatky z iných odborných predmetov v anglickom jazyku, osvojuje a rozširuje si odbornú slovnú zásobu cez pôvodné anglické texty, odbornú literatúru. Aktívne počúva autentické nahrávky, prezentácie a rozhovory s odbornou tematikou, vyjadruje svoje názory v diskusiách, rozhovoroch, prezentáciách, intretpretuje a adekvátne a pohotovo reaguje na podnety v anglickom jazyku, precvičuje a utvrdzuje si anglickú terminológiu prostredníctvom rolových úloh a simulovaných situácií. Písomnou formou dokáže formulovať myšlienky, názory s využitím adekvátnych štylistických a lexikálnych prostriedkov. Rozvíja všetky jazykové kompetencie aj s využitím moderných technológií. Profesijné kompetencie: Študent je spôsobilý aplikovať získané vedomosti a odborné jazykové zručnosti v praktických situáciách pri riešení praktických otázok, v priamej komunikácii s klientom v prostredí cieľového jazyka. Študent systematicky získava odborné znalosti v cudzom jazyku, späť so študijným programom, rozširuje si odbornú terminológiu, pričom rozvíja všetky zručnosti (písanie, čítanie, počúvanie a odbornú komunikáciu, zásady správnej prezentácie), ktoré si overuje na hodinách ale aj počas praxí, a následne ich uplatní v praktických činnostiach po absolvovaní štúdia. Prenositelné kompetencie: Študent je pripravený využívať a ďalej rozvíjať získané cudzojazyčné	

vedomosti, prepájať ich s vedomosťami z ostatných predmetov, uplatňovať v praktických činnostiach, zvládať komunikáciu v prostredí cieľového jazyka na témy súvisiace so študijným programom a praxou. Študenti si prakticky rozširujú odbornú terminológiu, pričom rozvíjajú všetky zručnosti (písanie, čítanie, počúvanie a odbornú komunikáciu, vzájomnú interakciu v simulovaných situáciách, flexibilitu aj improvizáciu spôsobilosti), ovládajú zásady koncepčného myslenia, sú vedení ku kultivovanému odbornému písomnému i ústnemu prejavu v anglickom jazyku, k tímovej práci, ktoré sú overované na hodinách aj pri prezentovaní odborných tém alebo zadanií.

Stručná osnova predmetu:

1. Základné informácie, univerzita, súčasti univerzity, univerzitný život.
2. Pomenovanie oblastí vedy, predmetov.
3. Študentský život, internát, mobility.
4. Príprava osobného portfólia, Europass, resume a moderný životopis .
5. Cover letter, formulácie, formálny a neformálny štýl.
6. Práca a ako o ňu požiadať, vyhľadávanie možností získať prácu a spĺňať požiadavky.
7. Druhy zamestnaní, kariéra, profesia.
8. Pohovor, kladenie otázok, odpovede na otázky.
9. Formálny a neformálny spôsob komunikácie.
10. Základy prezentácie.
11. Inovácie, vynálezy a vynálezcovia.
12. História a spôsoby komunikácie, komunikačné prostriedky.
13. Kolokvium.

Odporúčaná literatúra:

10. GAIRNS, R., REDMAN, S. 2009. *Oxford Word Skills Intermediate*. Cambridge: OUP. ISBN-13: 978-0194620079.
11. EMMERSON, P. 2011. *Essential Business Vocabulary Builder Pre-intermediate to Intermediate*. Macmillan. ISBN-13: 978-0230407626.
12. *Longman Dictionary of Contemporary English*. 2013. London: Pearson Education Limited, London. ISBN-13: 978-1408215337.
13. MASCULL, B. 2002. *Business Vocabulary in Use*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN-13: 978-0521775298.
14. MCCARTHY, M., O'DELL, F. 2013. *English Vocabulary in Use – Upper-intermediate*. Cambridge: OUP. ISBN-13: 978-1107697386.
15. MIŠTINA, J., SMETANOVÁ, E. 2014. *English for Science and Technology*. Trnava: UCM. ISBN-13: 978-80-8102-215-2.
16. SWEENEY, S. 1997. *English for Business Communication*. Cambridge: University Press. ISBN-13: 978-0521446204.
17. VAREČKOVÁ, L., PAVELKOVÁ, J. 2018. Importance of Foreign Languages in Education Process at Universities. In: *Revista Romanaesca pentru Educatie Multidimensionala*. Romania: LUMEN Publishing House, roč. 10, č. 4, s. 294-306.
18. WYATT, R. 2007. *Check your English Vocabulary for Business and Administration*. Bloomsbury Publishing. ISBN 978-0-7136-7916-8.
19. Dostupné výkladové slovníky, noviny, časopisy v anglickom jazyku.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 13

iné: vypracovanie zadani: 21

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: PaedDr. Ľubica Varečková, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

NFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/03/25	Názov predmetu: Anglický jazyk pre manažérov II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh: PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je aktívna účasť na seminároch, vypracovanie písomných aj ústnych zadaní počas semestra podľa zadania vyučujúceho a úspešné zvládnutie priebežného testu. Pre úspešné absolvovanie testu je nutné, aby študent dosiahol minimálny počet bodov, ktorý tvorí 50% znalosti preberaného obsahu. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške minimálne 50 % účasť na seminároch, úspešné napísanie priebežného testu, vypracovanie zadaní (písomných aj ústnych) podľa zadania vyučujúceho do vopred stanoveného termínu. 100% záverečné hodnotenie – aktivita na seminároch 20%, prezentácie a zadania 30%, výsledok kombinovanej skúšky 50% (písomná a ústna) - Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent si osvojuje odbornú anglickú terminológiu súvisiacu s odborom, ktorý študuje. Pozná minulosť ale aj najnovšie trendy v oblasti ekonómie a manažmentu, získané vedomosti a pojmový aparát z problematiky manažmentu, ekonómie, cestovného ruchu a hotelierstva ktoré aplikuje v anglickom jazyku, využíva autentické odborné texty, rôzne zdroje a moderné technológie. Zručnosti: Študent je schopný aplikovať základné poznatky z iných odborných predmetov v anglickom jazyku, osvojuje a rozširuje si odbornú slovnú zásobu cez pôvodné anglické texty, odbornú literatúru. Aktívne počúva autentické nahrávky, prezentácie a rozhovory s odbornou tematikou, vyjadruje svoje názory v diskusiách, rozhovoroch, prezentáciách, intretpretuje a adekvátne a pohotovo reaguje na podnety v anglickom jazyku, precvičuje a utvrdzuje si anglickú terminológiu prostredníctvom rolových úloh a simulovaných situácií. Písomnou formou dokáže formulovať myšlienky, názory s využitím adekvátnych štylistických a lexikálnych prostriedkov. Rozvíja všetky jazykové kompetencie aj s využitím moderných technológií. Profesijné kompetencie: Študent je spôsobilý aplikovať získané vedomosti a odborné jazykové zručnosti v praktických situáciách pri riešení praktických otázok, v priamej komunikácii s klientom v prostredí cieľového jazyka. Študent systematicky získava odborné znalosti v cudzom jazyku, späť so študijným programom, rozširuje si odbornú terminológiu, pričom rozvíja všetky zručnosti (písanie, čítanie, počúvanie a odbornú komunikáciu, zásady správnej prezentácie), ktoré si overuje na hodinách ale aj počas praxí, a následne ich uplatní v praktických činnostiach po absolvovaní štúdia. Prenositelné kompetencie: Študentje pripravený využívať a ďalej rozvíjať získané cudzojazyčné vedomosti, prepájať ich s vedomosťami z ostatných predmetov, uplatňovať v praktických činnostiach, zvládať komunikáciu v prostredí cieľového jazyka na témy súvisiace so študijným programom a praxou. Študenti si prakticky rozširujú odbornú terminológiu, pričom rozvíjajú	

všetky zručnosti (písanie, čítanie, počúvanie a odbornú komunikáciu, vzájomnú interakciu v simulovaných situáciách, flexibilitu aj improvizáciu spôsobilosti), ovládajú zásady koncepčného myslenia, sú vedení ku kultivovanému odbornému písomnému i ústnemu prejavu v anglickom jazyku, k tímovej práci, ktoré sú overované na hodinách aj pri prezentovaní odborných tém alebo zadaní. Študent si absolvovaním predmetu rozširuje odborné cudzojazyčné kompetencie v oblasti manažmentu s väzbou na odborné predmety i prax.

Stručná osnova predmetu:

1. Turizmus a WTO, základné pojmy, druhy turizmu, základy prezentácie.
2. Turizmus ako odvetvie priemyslu, zamestnanie v oblasti turizmu, potrebné zručnosti.
3. Destinácie, opisy, fakty o rôznych krajinách, iný kraj-iný mrav.
4. Získavanie informácií o dovolenkových destináciách, kladenie otázok.
5. Cestovné kancelárie a služby, ktoré poskytujú, tour operátori.
6. Oblúbené destinácie a ich podmienenosť.
7. Identifikácia potrieb, hodnotenie poskytovaných služieb cestovnými agentúrami.
8. Prezentácia produktov cestovného ruchu.
9. Vyhľadávanie služieb na internete.
10. Proces predaja, komunikácia s klientom, návrhy, alternatívy a odporúčania, rady.
11. Preprava turistov, miestna doprava, harmonogram pobytu.
12. Podmienky, pravidlá a ich dodržiavanie v lokalitách cestovného ruchu.
13. Telefonická a mailová komunikácia.

Odporúčaná literatúra:

1. BOLEN J. 2021. *English for Tourism Vocabulary Builder*. ISBN-13: 978-1393419099.
2. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*. 2013, CUP.
3. *Dictionary of Leisure, Travel and Tourism*. 2011, Bloomsbury Publishing
4. GAIRNS,R., REDMAN,S. 2009. *Oxford Word Skills Intermediate*. Cambridge: OUP. ISBN 978-0194620079.
5. EMMERSON, P. 2011. *Essential Business Vocabulary Pre-intermediate to Intermediate*. Macmillan. ISBN: 978-0230407619.
6. LICKORISH, L.J., JENKIS, C.L. *An Introduction to Tourism*, Elsevier. ISBN: 978-0080495866.
7. MCCARTHY, M., O'DELL, F. 2013. *English Vocabulary in Use – Upper-intermediate*. Cambridge: CUP. ISBN: 978-1316631745.
8. MIŠTINA, J., SMETANOVÁ, E. 2014. *English for Science and Technology*. Trnava: UCM. ISBN: 978-9574835836.
9. MIŠTINA, J., SMETANOVÁ, E. 2014. *Effective presentation techniques and skills*. Trnava, UCM. ISBN: 978-80-8102-215-2.
10. SWEENEY, S. 1997. *English for Business Communication*. Cambridge University Press. ISBN: 978-0521754491.
11. VAREČKOVÁ, L. 2019. Content Language Integrated Learning. In: *CLIL a Multimediální výuka ve vysokoškolském vzdělávání = CLIL und multimediale Lehr- / Lernmethoden in der Hochschulbildung*. České Budějovice: Elke Park. ISBN 978-80-7468-148-6.
12. WALKER, R., HARDING, 2017. K. *Tourism 1. Oxford English for Careers*. Cambridge: OUP. ISBN-13: 978-0194551007.
13. WYATT R. 2007. *Check your English Vocabulary for Leisure, Travel and Tourism*. Bloomsbury Publishing. ISBN-13: 978-0713687361.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 13

iné: vypracovanie zadání: 21

Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: PaedDr. Ľubica Varečková, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/04/25	Názov predmetu: Anglický jazyk pre manažérov III.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh: PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je aktívna účasť na seminároch, vypracovanie, písomných aj ústnych zadanií počas semestra podľa zadania vyučujúceho a úspešné zvládnutie priebežného testu. Pre úspešné absolvovanie testu je nutné, aby študent dosiahol minimálny počet bodov, ktorý tvorí 50% znalosti preberaného obsahu. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške minimálne 50 % účasť na seminároch, úspešné napísanie priebežného testu, vypracovanie zadanií (písomných aj ústnych) podľa zadania vyučujúceho do vopred stanoveného termínu. 100% záverečné hodnotenie – aktivita na seminároch 20%, prezentácie a zadania 30%, výsledok kombinovanej skúšky 50% (písomná a ústna) - Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent si osvojuje odbornú anglickú terminológiu súvisiacu s odborom, ktorý študuje. Pozná minulosť ale aj najnovšie trendy v oblasti ekonómie a manažmentu, získané vedomosti a pojmový aparát z problematiky manažmentu, ekonómie, cestovného ruchu a hotelierstva ktoré aplikuje v anglickom jazyku, využíva autentické odborné texty, rôzne zdroje a moderné technológie. Zručnosti: Študent je schopný aplikovať základné poznatky z iných odborných predmetov v anglickom jazyku, osvojuje a rozširuje si odbornú slovnú zásobu cez pôvodné anglické texty, odbornú literatúru. Aktívne počúva autentické nahrávky, prezentácie a rozhovory s odbornou tematikou, vyjadruje svoje názory v diskusiách, rozhovoroch, prezentáciách, intretpretuje a adekvátne a pohotovo reaguje na podnety v anglickom jazyku, precvičuje a utvrdzuje si anglickú terminológiu prostredníctvom rolových úloh a simulovaných situácií. Písomnou formou dokáže formulovať myšlienky, názory s využitím adekvátnych stylistických a lexikálnych prostriedkov. Rozvíja všetky jazykové kompetencie aj s využitím moderných technológií. Profesijné kompetencie: Študent je spôsobilý aplikovať získané vedomosti a odborné jazykové zručnosti v praktických situáciách pri riešení praktických otázok, v priamej komunikácii s klientom v prostredí cieľového jazyka. Študent systematicky získava odborné znalosti v cudzom jazyku, späť so študijným programom, rozširuje si odbornú terminológiu, pričom rozvíja všetky zručnosti (písanie, čítanie, počúvanie a odbornú komunikáciu, zásady správnej prezentácie), ktoré si overuje na hodinách ale aj počas praxí, a následne ich uplatní v praktických činnostiach po absolvovaní štúdia. Prenositelné kompetencie: Študent je pripravený využívať a ďalej rozvíjať získané cudzojazyčné vedomosti, prepájať ich s vedomosťami z ostatných predmetov, uplatňovať v praktických činnostiach, zvládať komunikáciu v prostredí cieľového jazyka na témy súvisiace so študijným	

programom a praxou. Študenti si prakticky rozširujú odbornú terminológiu, pričom rozvíjajú všetky zručnosti (písanie, čítanie, počúvanie a odbornú komunikáciu, vzájomnú interakciu v simulovaných situáciách, flexibilitu aj improvizáciu spôsobilosti), ovládajú zásady koncepčného myslenia, sú vedení ku kultivovanému odbornému písomnému i ústnemu prejavu v anglickom jazyku, k tímovej práci, ktoré sú overované na hodinách aj pri prezentovaní odborných tém alebo zadaní. Študent si absolvovaním predmetu rozširuje odborné cudzojazyčné kompetencie v oblasti manažmentu s väzbou na odborné predmety i prax.

Stručná osnova predmetu:

1. Sprievodcovské služby, požiadavky, vhodnosť kandidátov, kultúrna odlišnosť.
2. Zdvorilá komunikácia, rady a odporúčania, upozornenia.
3. Orientácia v rezorte, hoteli, meste a odporúčanie aktivít podľa typológie klienta.
4. Kultúrny turizmus, religiózny turizmus.
5. Liečebný turizmus, spa, wellness turizmus, medicínsky turizmus.
6. Poznávací turizmus, etnoturizmus.
7. Prírodný turizmus, agroturistika.
8. Zábavný turizmus, filmový turizmus.
9. Špecializovaný turizmus.
10. Dark turizmus, iné druhy turizmu.
11. Zbieranie hodnotení poskytovaných služieb.
12. Zisťovanie informácií na zlepšovanie služieb.
13. Dobré a zlé skúsenosti.

Odporúčaná literatúra:

1. BOLEN J. 2021. *English for Tourism Vocabulary Builder*. ISBN-13: 978-1393419099.
2. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*. 2013, CUP.
3. *Dictionary of Leisure, Travel and Tourism*. 2011, Bloomsbury Publishing
4. GAIRNS,R., REDMAN,S. 2009. *Oxford Word Skills Intermediate*. Cambridge: OUP. ISBN 978-0194620079.
5. EMMERSON, P. 2011. *Essential Business Vocabulary Pre-intermediate to Intermediate*. Macmillan. ISBN: 978-0230407619.
6. LICKORISH, L.J., JENKIS, C.L. *An Introduction to Tourism*, Elsevier. ISBN: 978-0080495866.
7. MCCARTHY, M., O'DELL, F. 2013. *English Vocabulary in Use – Upper-intermediate*. Cambridge: CUP. ISBN: 978-1316631745.
8. MIŠTINA, J., SMETANOVÁ, E. 2014. *English for Science and Technology*. Trnava: UCM. ISBN: 978-9574835836.
9. MIŠTINA, J., SMETANOVÁ, E. 2014. *Effective presentation techniques and skills*. Trnava, UCM. ISBN: 978-80-8102-215-2.
10. SWEENEY, S. 1997. *English for Business Communication*. Cambridge University Press. ISBN: 978-0521754491.
11. VAREČKOVÁ, L. 2019. *Content Language Integrated Learning*. In: *CLIL a Multimediální výuka ve vysokoškolském vzdělávání = CLIL und multimediale Lehr- / Lernmethoden in der Hochschulbildung*. České Budějovice: Elke Park. ISBN 978-80-7468-148-6.
12. WALKER, R., HARDING, 2017. K. *Tourism 1. Oxford English for Careers*. Cambridge: OUP. ISBN-13: 978-0194551007.
13. WYATT R. 2007. *Check your English Vocabulary for Leisure, Travel and Tourism*. Bloomsbury Publishing. ISBN-13: 978-0713687361.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 13

iné: vypracovanie zadání: 21

Hodnotenie predmetov: Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PaedDr. Ľubica Varečková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/05/25	Názov predmetu: Anglický jazyk pre manažérov IV.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh: PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je aktívna účasť na seminároch, vypracovanie písomných aj ústnych заданий počas semestra podľa zadania vyučujúceho a úspešné zvládnutie priebežného testu. Pre úspešné absolvovanie testu je nutné, aby študent dosiahol minimálny počet bodov, ktorý tvorí 50% znalosti preberaného obsahu. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške minimálne 50 % účasť na seminároch, úspešné napísanie priebežného testu, vypracovanie заданий (písomných aj ústnych) podľa zadania vyučujúceho do vopred stanoveného termínu. 100% záverečné hodnotenie – aktivita na seminároch 20%, prezentácie a задания 30%, výsledok kombinovanej skúšky 50% (písomná a ústna) - Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent si osvojuje odbornú anglickú terminológiu súvisiacu s odborom, ktorý študuje. Pozná minulosť ale aj najnovšie trendy v oblasti ekonómie a manažmentu, získané vedomosti a pojmový aparát z problematiky manažmentu, ekonómie, cestovného ruchu a hotelierstva ktoré aplikuje v anglickom jazyku, využíva autentické odborné texty, rôzne zdroje a moderné technológie. Zručnosti: Študent je schopný aplikovať základné poznatky z iných odborných predmetov v anglickom jazyku, osvojuje a rozširuje si odbornú slovnú zásobu cez pôvodné anglické texty, odbornú literatúru. Aktívne počúva autentické nahrávky, prezentácie a rozhovory s odbornou tematikou, vyjadruje svoje názory v diskusiách, rozhovoroch, prezentáciách, intretpretuje a adekvátne a pohotovo reaguje na podnety v anglickom jazyku, precvičuje a utvrdzuje si anglickú terminológiu prostredníctvom rolových úloh a simulovaných situácií. Písomnou formou dokáže formulovať myšlienky, názory s využitím adekvátnych stylistických a lexikálnych prostriedkov. Rozvíja všetky jazykové kompetencie aj s využitím moderných technológií. Profesijné kompetencie: Študent je spôsobilý aplikovať získané vedomosti a odborné jazykové zručnosti v praktických situáciách pri riešení praktických otázok, v priamej komunikácii s klientom v prostredí cieľového jazyka. Študent systematicky získava odborné znalosti v cudzom jazyku, späť so študijným programom, rozširuje si odbornú terminológiu, pričom rozvíja všetky zručnosti (písanie, čítanie, počúvanie a odbornú komunikáciu, zásady správnej prezentácie), ktoré si overuje na hodinách ale aj počas praxí, a následne ich uplatní v praktických činnostiach po absolvovaní štúdia. Prenositelné kompetencie: Študent je pripravený využívať a ďalej rozvíjať získané cudzojazyčné vedomosti, prepájať ich s vedomosťami z ostatných predmetov, uplatňovať v praktických činnostiach, zvládať komunikáciu v prostredí cieľového jazyka na témy súvisiace so študijným	

programom a praxou. Študenti si prakticky rozširujú odbornú terminológiu, pričom rozvíjajú všetky zručnosti (písanie, čítanie, počúvanie a odbornú komunikáciu, vzájomnú interakciu v simulovaných situáciách, flexibilitu aj improvizáciu spôsobilosti), ovládajú zásady koncepčného myslenia, sú vedení ku kultivovanému odbornému písomnému i ústnemu prejavu v anglickom jazyku, k tímovej práci, ktoré sú overované na hodinách aj pri prezentovaní odborných tém alebo zadaní. Študent si absolvovaním predmetu rozširuje odborné cudzojazyčné kompetencie v oblasti manažmentu s väzbou na odborné predmety i prax.

Stručná osnova predmetu:

1. Turistický sprievodca, typológia sprievodcovských služieb, požiadavky, zhodnotenie typu klienta.
2. Sezónnosť poskytovaných služieb podľa regiónov, povinnosti a rady.
3. Zdravie, ochrana zdravia a bezpečnosť, zdravotné problémy a ich riešenie.
4. Lokálne služby, regionálne špecifiká, miestna kuchyňa a jedlá, zvyky.
5. Tradičná kuchyňa, stravovanie, lokálne špeciality, ingrediencie a príprava.
6. Vidiecky turizmus, kempovanie, ekoturizmus.
7. Počasie, predpoveď počasia, odporúčanie vhodného oblečenia a obuvi pre danú lokalitu.
8. Atrakcie, podujatia, festivaly a trendy.
9. Slušný spôsob komunikácie, prejav a vzhľad sprievodcov, príprava na prácu s rôznymi klientmi.
10. Zábava a ponuka, práca s rôznymi vekovými kategóriami, a špecifickými klientmi.
11. Niche turizmus, špecializovaný turizmus.
12. Biznis cestovný ruch, konferenčné centrá.
13. Požiadavky a sprievodné služby, kvalita služieb.

Odporúčaná literatúra:

1. BOLEN J. 2021. *English for Tourism Vocabulary Builder*. ISBN-13: 978-1393419099.
2. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*. 2013, CUP. *Dictionary of Leisure, Travel and Tourism*. 2011, Bloomsbury Publishing.
3. GAIRNS, R., REDMAN, S. 2009. *Oxford Word Skills Intermediate*. Cambridge: OUP. ISBN 978-0194620079.
4. EMMERSON, P. 2011. *Essential Business Vocabulary Pre-intermediate to Intermediate*. Macmillan. ISBN: 978-0230407619.
5. LICKORISH, L.J., JENKIS, C.L. *An Introduction to Tourism*, Elsevier. ISBN: 978-0080495866.
6. MCCARTHY, M., O'DELL, F. 2013. *English Vocabulary in Use – Upper-intermediate*. Cambridge: CUP. ISBN: 978-1316631745.
7. MIŠTINA, J., SMETANOVÁ, E. 2014. *English for Science and Technology*. Trnava: UCM. ISBN: 978-9574835836.
8. MIŠTINA, J., SMETANOVÁ, E. 2014. *Effective presentation techniques and skills*. Trnava, UCM. ISBN: 978-80-8102-215-2.
9. SWEENEY, S. 1997. *English for Business Communication*. Cambridge University Press. ISBN: 978-0521754491.
10. VAREČKOVÁ, L. 2019. Content Language Integrated Learning. In: *CLIL a Multimediální výuka ve vysokoškolském vzdělávání = CLIL und multimediale Lehr- / Lernmethoden in der Hochschulbildung*. České Budějovice: Elke Park. ISBN 978-80-7468-148-6.
11. WALKER, R., HARDING, 2017. K. *Tourism 1. Oxford English for Careers*. Cambridge: OUP. ISBN-13: 978-0194551007.
12. WYATT R. 2007. *Check your English Vocabulary for Leisure, Travel and Tourism*. Bloomsbury Publishing. ISBN-13: 978-0713687361.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 13

iné: vypracovanie zadaní: 21

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: PaedDr. Ľubica Varečková, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/06/25	Názov predmetu: Bakalárska prax
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 120 hodín/semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 10	
Odporúčaný semester štúdia: 6.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie: • Predloženie potvrdenia a hodnotenia z praxe – 35 bodov. • Formulácia cieľov bakalárskej praxe – 10 bodov. • Vypracovanie správy– 35 bodov. • Odovzdanie Správy z bakalárskej praxe – 20b. Záverečné hodnotenie: • podľa priebežného hodnotenia. • Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: 1. Vedomosti: Študent si v súvislosti so zadáním témy rozšíri svoje vedomosti z oblasti, ktorá korešponduje s témou bakalárskeho projektu a bakalárskej práce a zároveň je informovaný o základnom rámci využívania teoretických poznatkov a ich aplikácií v praxi. 2. Zručnosti: Študent získa skúsenosti z reálneho pracovného prostredia a bude schopný aplikovať základné vedomosti pri riešení aktuálnych praktických otázok. 3. Profesijné kompetencie: Študent získa schopnosť orientácie v škále teoretických prístupov k riešeniu praktických otázok súvisiacich s témou bakalárskeho projektu, bakalárskej práce a organizácie, v ktorej sa uskutočňuje bakalárska prax a bude pripravený získané kompetencie uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia. 4. Prenositelné kompetencie: Študent predmetu si upevní občianske kompetencie, schopnosť riešiť problémy, komunikačné zručnosti, pružnosť v myslení (adaptabilita, flexibilita, improvizácia spôsobilosti).	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvodný seminár, podmienky absolvovania praxe, administratíva praxe. 2. Stanovenie cieľov praxe. 3. Absolvovanie školení na jednotlivých pracoviskách - BOZP, ochrana osobných údajov a interné predpisy pracoviska. 4. Absolvovanie praxe v príslušnej organizácii na základe pokynov a pod dohľadom sprievodcu praxou (pracovníka partnerskej organizácie), konzultácie so sprievodcom praxe a vyučujúcim, spracovávanie záznamov.	

5. Absolvovanie praxe v príslušnej organizácii na základe pokynov a pod dohľadom sprievodcu praxou (pracovníka partnerskej organizácie), konzultácie so sprievodcom praxe a vyučujúcim, spracovávanie záznamov.
6. Absolvovanie praxe v príslušnej organizácii na základe pokynov a pod dohľadom sprievodcu praxou (pracovníka partnerskej organizácie), konzultácie so sprievodcom praxe a vyučujúcim, spracovávanie záznamov.
7. Absolvovanie praxe v príslušnej organizácii na základe pokynov a pod dohľadom sprievodcu praxou (pracovníka partnerskej organizácie), konzultácie so sprievodcom praxe a vyučujúcim, spracovávanie záznamov.
8. Absolvovanie praxe v príslušnej organizácii na základe pokynov a pod dohľadom sprievodcu praxou (pracovníka partnerskej organizácie), konzultácie so sprievodcom praxe a vyučujúcim, spracovávanie záznamov.
9. Absolvovanie praxe v príslušnej organizácii na základe pokynov a pod dohľadom sprievodcu praxou (pracovníka partnerskej organizácie), konzultácie so sprievodcom praxe a vyučujúcim, spracovávanie záznamov.
10. Vypracovávanie správy z praxe.
11. Prezentácia a odovzdanie Správy z bakalárskej praxe.
12. Prezentácia a odovzdanie Správy z bakalárskej praxe.
13. Prezentácia a odovzdanie Správy z bakalárskej praxe.

Študent si vyberá organizáciu, v ktorej bude prax absolvovaná samostatne, prípadne prostredníctvom tútora bakalárskej praxe. Výber organizácie, ako aj vykonávanie pracovných činností, bude korešpondovať s témou bakalárskej práce konkrétneho študenta.

Odporúčaná literatúra:

Literatúra bude zvolená v súlade s témou bakalárskeho projektu, bakalárskej práce a v zmysle interných predpisov vybranej organizácie.

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci:

doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/07/25	Názov predmetu: Bakalárska práca
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P / predmet štátnej skúšky Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 10	
Odporúčaný semester štúdia: 6.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: obhajobu bakalárskej práce je možné absolvovať až po získaní kreditov za všetky predpísané povinné a povinne voliteľné predmety	
Podmienky na absolvovanie predmetu: • Študent obhajuje záverečnú prácu pred komisiou. • K práci sa predkladá protokol o kontrole originality a posudky od školiteľa a oponenta práce. • Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: 1. Vedomosti: Študent získa predstavu o základnom rámci využívania teoretických poznatkov a ich aplikácií v praxi vo sfére a porozumie logike tvorby záverečných prác. 2. Zručnosti: Študent má schopnosť tvorivo riešiť problémy v rámci zadanej témy s využitím poznatkov získaných počas štúdia. Študent je schopný spracovať literárnu rešerš zo zdrojov v slovenskom a anglickom jazyku. 3. Profesijné kompetencie: Študent je odborne spôsobilý definovať a analyzovať problém v kontexte študijného programu, navrhnúť reálne riešenie, zhodnotiť dosiahnuté výsledky a vyvodiť z nich závery. Dokáže písomne zdokumentovať postup riešenia a získané výsledky. 4. Prenositelné kompetencie: Študent predmetu si osvojí schopnosť analyzovania a riešenia problémov, naučí sa využívať získané vedomosti v aplikácií na konkrétnu situáciu, získa zručnosť kultivovaného a odborného písomného aj ústneho prejavu.	

Stručná osnova predmetu: 1. Špecifikácia témy bakalárskej práce. 2. Spracovanie rešerše odbornej literatúry. 3. Štúdium dostupnej literatúry I. 4. Štúdium dostupnej literatúry II. 5. Metodika bakalárskej práce. 6. Spracovanie teoretickej časti práce. 7. Analýza problému v konkrétnych podmienkach. 8. Vyhodnotenie zistení z analýzy. 9. Návrh postupu riešenia. 10. Riešenie s využitím poznatkov získaných počas štúdia. 11. Hodnotenie dosiahnutých cieľov. 12. Písomné zdokumentovanie. 13. Príprava obhajoby bakalárskej práce.
Odporúčaná literatúra: Literatúra bude zvolená v súlade s témou bakalárskej práce. Metodika tvorby, úpravy a kontroly originality záverečných prác UCM v Trnave

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk					
Poznámky - časová záťaž študenta: 300 hodín, z toho: samoštúdium a rešerš literatúry: 80 zber informácií: 50 analýza získaných údajov: 90 syntéza a návrh opatrení: 70 príprava prezentácie a obhajoba záverečnej práce: 10					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: Členovia komisie pre štátne záverečné skúšky bakalárskeho štúdia					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/08/25	Názov predmetu: Bakalársky projekt
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - V priebehu semestra bude hodnotená samostatná práca študentov na zadaní, na konci bude hodnotené vypracovanie bakalárskeho projektu. Hodnotenú budú úroveň použitia relevantných literárnych zdrojov, ich spracovanie a využitie, celkové spracovanie práce a záverečná prezentácia práce. Téma bakalárskeho projektu bude korešpondovať s témou bakalárskej práce. - Podmienkou absolvovania predmetu je a) priebežné spracovávanie jednotlivých častí bakalárskeho projektu – prezentácia reálneho spracovávania v kontrolných termínoch stanovených vyučujúcim b) konzultácie – podľa stanoveného časového harmonogramu c) záverečná prezentácia projektu d) odovzdanie bakalárskeho projektu - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou absolvovania predmetu absolvovanie minimálne 50 % prezentácii a 50% konzultácii, záverečná prezentácia a odovzdanie bakalárskeho projektu. 100% záverečné hodnotenie – 50% priebežné hodnotenie, 50% záverečná prezentácia a odovzdanie bakalárskeho projektu. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent si v súvislosti so zadáním témy rozšíri svoje vedomosti z predmetu, ktorý korešponduje s témou bakalárskeho projektu a preukáže schopnosť samostatne využívať teoretické poznatky získané štúdiom na VŠ. Zručnosti: Študent dokáže aplikovať poznatky pri riešení konkrétnych úloh, preukáže schopnosť prácu prezentovať a obhájiť. Profesijné kompetencie: Študent je pripravený po absolvovaní štúdia získať vedomosti uplatniť v praktickej činnosti. Prenositelné kompetencie: Študent preukáže kompetentnosť v samostatnosti pri riešení konkrétneho zadania, t. j. schopnosť analyzovať zadanie a stanoviť osnovu práce, vyhľadať relevantné informácie, spracovať ich a interpretovať. V rámci toho si študent osvojí/upevní strategické a koncepčné myslenie, organizovanie a plánovanie práce, digitálnu gramotnosť, komunikačné zručnosti, resp. kultivovaný a odborný písomný i ústny prejav.	
Stručná osnova predmetu: - Uvedenie do problematiky podľa zadania jednotlivých bakalárskych projektov. - Prehľad súčasných databáz. - Prehľad súčasných databáz. - Stanovenie kľúčových slov, vyhľadávanie a spracovávanie informácií.	

5. Vyhľadávanie a spracovávanie informácií.
6. Zhodnotenie sumarizácie literárnych zdrojov a poznatkov, interpretácia získaných informácií
7. Zhodnotenie sumarizácie literárnych zdrojov a poznatkov, interpretácia získaných informácií, konečná úprava textu.
8. Metodika bakalárskeho projektu.
9. Vypracovanie bakalárskeho projektu.
10. Vypracovanie bakalárskeho projektu.
11. Vypracovanie bakalárskeho projektu.
12. Prezentácia a odovzdanie bakalárskeho projektu.
13. Prezentácia a odovzdanie bakalárskeho projektu.

Odporúčaná literatúra:

1. Knižná, časopisecká a iná literatúra podľa témy projektu.
2. Smernica rektora o základných náležitostiach záverečných prác, kvalifikačných prác, kontrole ich originality, uchovávaní a sprístupňovaní na Univerzite sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
3. Smernica o plagiátorstve Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
4. Vnútorne predpisy IM UCM – Usmernenie k bakalárskym a diplomovým prácam, Citačné pravidlá.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

90 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 28

iné: príprava a vypracovanie bakalárskeho projektu (zadaní): 36

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: JUDr. Ing. Tomáš Malatinec, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/09/25	Názov predmetu: Balneológia a zdravotný turizmus
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je 80 % účasť na prednáškach a 80 % účasť na cvičeniach a vypracovanie úloh počas semestra podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške nutná minimálne 50% účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadání podľa uváženia vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 60% skúška, spracovanie zadání na cvičeniach 40%. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v%): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent sa z predmetu zorientuje vo vednom odbore a v terminológii v súvislosti s balneológiou a podstatou zdravotného turizmu. Študent vie definovať jednotlivé pojmy z oblasti kúpeľného turizmu a dokáže definovať wellness a rekreačný turizmus a taktiež charakterizovať fungovanie podnikov v kúpeľnom turizme. Študent vie vymedziť jednotlivé typy minerálnych vôd so zreteľom na termálne liečivé pramene a termálne kúpaliská. Rozumie podstate geoturistiky v kúpeľnom turizme a na základe praktických príkladov rozumie ich významu pre turizmus. Študent pozná najdostupnejšie možnosti marketingových nástrojov využívaných v kúpeľnom turizme a najnovšie trendy pri tvorbe kúpeľných produktov. Zručnosti: Študent dokáže uplatňovať základné princípy riadenia kúpeľného turizmu na Slovensku v praxi. Je schopný definovať dôležité atribúty na aspirujúci inovatívny podnik kúpeľného turizmu v praxi. Študent je schopný formulovať odporúčania pre kúpeľné podniky turizmu, ktoré sa usilujú marketingovými nástrojmi zlepšiť svoje podnikanie a zvýšiť tak množstvo svojich návštevníkov a turistov. Študent je schopný samostatne zhodnotiť nevyhnutnosť rozvíjať kúpeľné podniky a vie jasne definovať hlavné znaky kúpeľného turizmu. Profesijné kompetencie: Študent je odborne spôsobilý orientovať sa v širokej škále teoretických a praktických poznatkov týkajúcich sa balneológie a zdravotného turizmu. Študent sa orientuje v nových marketingových trendoch, ktoré vplývajú na tvorbu produktov kúpeľného turizmu. Študent je schopný odporučiť podniku v kúpeľnom turizme postupy a možnosti ako vhodne pristupovať k budovaniu konkurencieschopnosti. Študent je odborne spôsobilý získať vedomosti a zručnosti uplatniť v praktickej činnosti v turizme a hotelierstve po absolvovaní štúdia. Prenositelné kompetencie: Študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti. Študent je schopný pracovať v tímoch a osvojí si techniky organizovania, plánovania a časového manažmentu. Študent si zvýši svoju digitálnu gramotnosť a analytické myslenie. Študent	

nadobudne schopnosť analyzovania a riešenia problémov. Študent si osvojí kultivovaný, odborný, písomný i ústny prejav, ktorý následne aplikuje na iných predmetoch a zvýši si tak celkovú vzdelanostnú úroveň.
Stručná osnova predmetu: 1. Podstata a význam zdravotného turizmu, vývoj zdravotného turizmu na Slovensku, typológia zdravotného turizmu. 2. Aktéri zdravotného turizmu, ich postavenie a kompetencie. 3. Význam balneológie v zdravotnom turizme. 4. Charakteristika a podstata kúpeľného turizmu. 5. Postavenie kúpeľných miest na Slovensku. 6. Wellness a rekreačný turizmus. 7. Fungovanie SPA, wellness a akvaparkov na Slovensku. 8. Liečivé minerálne a termálne pramene, fungovanie kúpeľov a termálnych kúpalísk na Slovensku. 9. Význam geoturistiky v kúpeľnom turizme. 10. Nové trendy využívané v zdravotnom turizme. 11. Marketing a marketingové nástroje implementované v zdravotnom turizme. 12. Digitálny marketing v zdravotnom turizme. 13. Kúpeľný turizmus v praxi.
Odporúčaná literatúra: 1. CVEČKOVÁ, V., RAPANT, S. 2021. <i>Základy kúpeľníctva</i>. Vysokoškolská učebnica. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave. 115 s. ISBN 978-80-223-5333-5. 2. GBUROVÁ, J., NEMEC, J. 2015. <i>Možnosti implementácie prvkov propagácie a logistiky v zdravotníckych zariadeniach</i>. Prešov: Bookman. 85 s. ISBN 978-80-8165-121-2. 3. GBUROVÁ, J., NEMEC, J. 2018. <i>Možnosti uplatnenia vybraných nástrojov komunikačnej politiky v oblasti zdravotníckych zariadení</i>. Prešov: Bookman. 79 s. ISBN 978-80-8165-340-7. 4. GBUROVÁ, J., OBŠATNÍKOVÁ, K. 2018. <i>Možnosti využitia internetového marketingu a vybraných sociálnych médií pri propagácii podniku</i>. In <i>Exclusive journal</i>, roč. 6, č. 2. Prešov: EXclusive marketing. s. 51-56. ISSN 1339-0260. 5. JANDOVÁ, D. 2014. <i>Základy balneologie</i>. Brno: Národní centrum ošetrovatelství a nelékařských zdravotnických oborů. 45 s. ISBN 978-80-7013-573-0. 6. KEREKEŠ, J. 2018. <i>Kúpeľníctvo v domácom turizme na Slovensku</i>. In <i>Economy of Tourism and Entrepreneurship – Scientific Journal</i>, roč. 9, č. 9. Bratislava: Ekonomická univerzita v Bratislave. s. 33-57. ISSN 1337 – 9313. 7. MATLOVIČOVÁ, K., KLAMÁR, R., MIKA, M. 2015. <i>Turistika a jej formy</i>. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove. 550 s. ISBN 978-80-555-1530-4. 8. POLENČÍKOVÁ, Z. 2015. <i>Produkty cestovného ruchu</i>. Nitra: UKF v Nitre. 102 s. ISBN 978-80-558-0949-6. 9. SMITH, M.K. 2023. <i>New trends in wellness tourism</i>. In <i>Routledge Handbook of Trends and Issues in Global Tourism Supply and Demand</i>. London: Routledge. s. 480-496. ISBN 9781032197739. 10. Zákon č. 577/2004 Z. z. o rozsahu zdravotnej starostlivosti uhrádzanej na základe verejného zdravotného poistenia a o úhradách za služby súvisiace s poskytovaním zdravotnej starostlivosti.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk
Poznámky - časová záťaž študenta: 90 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, C): 39 samoštúdium: 21 iné: spracovanie úloh (zadaní): 30

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: PhDr. Kristína Melušová, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/10/25	Názov predmetu: Daňový systém
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester: 4.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na cvičeniach a vypracovanie zadania počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach, vypracovanie zadania podľa zadania vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 60% písomná skúška, 30% spracovanie seminárnej práce na zadanú tému a 10% plnenie priebežných zadaní a prezentácia seminárnej práce. - Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: študent, ktorý absolvuje povinne voliteľný predmet si zapamätá a interpretuje získané teoretické vedomosti pri skúmaní problematiky daní a daňového systému pri riešení otázok zdaňovania; je schopný identifikovať a kvantifikovať daňovú povinnosť na základe základných schém výpočtu pri jednotlivých typoch daní v súlade s platnými normami; aplikuje daňovú legislatívu a základné princípy výpočtu dane v praxi; analyzuje základné princípy fungovania daňového systému, legislatívne normy a prvky daňového systému v kontexte vývoja ekonomického systému na národnej i nadnárodnej úrovni. Zručnosti: študent má schopnosť analyzovať a uplatňovať základné koncepcie zdanenia týkajúce sa zdaňovania príjmov fyzických a právnických osôb; schopnosť určiť základ dane z príjmov a vypočítať výšku daňovej povinnosti fyzických a právnických osôb; schopnosť vyplniť daňové priznanie k dani z príjmov fyzických a právnických osôb a vysporiadať vzťah so správcom dane. Profesijné kompetencie: študent má schopnosť aplikovať získané vedomosti a zručnosti pri riešení problémových úloh v oblasti zdaňovania príjmov fyzických a právnických osôb a prijímať efektívne a účinné riešenia a aj schopnosť pracovať samostatne, aj ako súčasť tímu. Prenositel'né kompetencie: Študent predmetu si rozvinie analytické kompetencie, schopnosť plánovania práce, schopnosť uplatňovať strategické a koncepčné myslenie, schopnosť prijímať rozhodnutia a niesť zodpovednosť.	
Stručná osnova predmetu: - Úvod do teórie daňových príjmov. - Požiadavky na daňový systém. - Daňová politika a daňové reformy. - Správa daní a daňová sústava SR. Daňové prvky. - Daň z pridanej hodnoty. DPH v režime dovozu a vývozu. - Selektívne spotrebné dane.	

7. Majetkové a miestne dane.
8. Dôchodkové dane. Daň z príjmov fyzickej osoby a základné schémy výpočtu dane.
9. Daň z príjmov právnickej osoby a základné schémy výpočtu dane.
10. Medzinárodné aspekty zdaňovania príjmov.
11. Zmluvy o zamedzení dvojitého zdanenia.
12. Daňová harmonizácia a daňová konkurencia.
13. Daňová kontrola. Nástroje boja proti daňovým únikom.

Odporúčaná literatúra:

1. Daňová legislatíva SR.
2. HUŇADY, J., IŠTOK M. 2020. *Daňový systém*. Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2020. 198 s. ISBN 978-80-557-1725-8.
3. HUŇADY, J., IŠTOK M. 2020. *Daňový systém - zbierka príkladov*. Banská Bystrica: Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2020. 70 s. ISBN 978-80-557-1740-1.
4. MEDVEĎ, J. a kol. 2009. *Daňová teória a daňový systém*. Bratislava : Sprint dva 2009. 288s. ISBN 978-80-89393-09-1. 6.
5. MEDVEĎ, J., NEMEC, J. et al. 2011. 6. Bratislava: Sprint dva Bratislava, 2011. 640 s. ISBN 978-80-89393-46-6.
6. SCHULZOVÁ, A. a kol. 2018. *Daňovníctvo: Daňová teória a politika I.*. Bratislava : Wolters Kluwer 2018. 360 s. ISBN 978-80-759-8107-3. 4.
7. ŠIROKÝ, J. 2018. *Daně v Evropské unii*. Praha: Leges, , 7. vydání, 2018, 384 strán. ISBN 978-80-7502-274-5.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 13

iné: vypracovanie zadania: 21

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: Ing. Stanislava Honzová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/11/25	Názov predmetu: Európska únia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na cvičeniach a absolvovanie priebežných hodnotení. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške nutná minimálne 50 % účasť na cvičeniach a absolvovanie priebežných hodnotení. 100% záverečné hodnotenie – 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadaní. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študenti získajú základné aj pokročilé poznatky o fungovaní Európskej únie (EÚ), jej inštitúciách, právnom systéme a politikách. Osvoja si historický vývoj európskej integrácie, princípy fungovania jednotného trhu a hospodárskej a menovej únie. Budú rozumieť mechanizmom rozhodovania v EÚ, vzťahom medzi členskými štátmi a kompetenciam jednotlivých inštitúcií. Získajú prehľad o kľúčových politikách EÚ, ako sú kohézna politika, spoločná poľnohospodárska politika či politika hospodárskej súťaže. Zručnosti: Študenti si osvoja schopnosť analyzovať legislatívu a politické rozhodnutia EÚ, interpretovať právne predpisy a posudzovať ich dopad na členské štáty a podnikateľské prostredie. Naučia sa orientovať v európskych fondoch a možnostiach financovania projektov z prostriedkov EÚ. Profesijné kompetencie: Študenti budú schopní aplikovať svoje znalosti o fungovaní EÚ pri práci v štátnej správe, súkromnom sektore, prípadne v medzinárodných organizáciách. Získajú kompetenciu analyzovať a implementovať európske politiky. Budú vedieť identifikovať príležitosti a riziká vyplývajúce z členstva v EÚ a navrhovať stratégie pre organizácie a podniky v európskom kontexte. Prenositelné kompetencie: Absolvovaním predmetu si študenti rozvinú analytické a kritické myslenie pri hodnotení európskych politík a legislatívy. Získajú schopnosť orientovať sa v medzinárodných vzťahoch, pracovať s odbornými textami v oblasti európskeho práva a efektívne argumentovať v diskusiách o európskej integrácii.	
Stručná osnova predmetu: - História európskej integrácie. - Súčasná podoba a stupeň európskej integrácie. - Európska únia ako medzinárodná organizácia sui generis. - Právny poriadok Európskej únie. - Inštitucionálny systém Európskej únie 1/2. - Inštitucionálny systém Európskej únie 2/2.	

7. Rozpočet a hospodárenie Európskej únie.
8. Politiky Európskej únie.
9. Kohézna politika Európskej únie.
10. Susedská politika Európskej únie.
11. Vonkajšia politika Európskej únie.
12. Fondové hospodárstvo Európskej únie.
13. Prípadové štúdie z krajín EÚ.

Odporúčaná literatúra:

1. FUNTA, R., KLIMEK, L., JURIS, F. 2024. *Európske právo. 3. doplnené a rozšírené vydanie*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2024. 516 s. ISBN: 978-80-5710-662-3.
2. BORCHARDT, K. D. 2023. *Abeceda práva Únie*. Luxemburg: Úrad pre vydávanie publikácií Európskej únie, 2023. 148 s. ISBN 978-92-76-10158-1.
3. MALATINEC, T. 2024. *Základy práva pre manažérov. 1. vyd.*, Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2024. 149 s. ISBN 978-80-572-0476-3.
4. SIMAN, M., SLAŠŤAN, M. 2012. *Právo Európskej únia*. Euroiuris, 2012. 1231 s. ISBN: 978-80-8940-612-8.
5. EURÓPKA ÚNIA. 2017. *Abeceda práva Únie*. Luxemburg: Úrad pre vydávanie publikácií Európskej únie, 2017. 152 s. ISBN 978-92-79-63681-3.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 13

iné: vypracovanie zadání: 21

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: JUDr. Ing. Tomáš Malatinec, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/12/25	Názov predmetu: Financie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester: 3.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania podľa zadania vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 70% písomná skúška, 20% spracovanie seminárnej práce a 10% aktívna účasť na cvičeniach a riešenie priebežných úloh. - Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: študent, ktorý absolvuje povinný predmet je na deklaratívnej úrovni vedomostí schopný identifikovať špecifické charakteristiky teórie financií, peňazí a meny, verejných financií, finančného trhu, podnikových financií, a medzinárodných financií; porozumieť súčasným problémom verejných financií, finančného trhu, podnikových financií a medzinárodných financií a kriticky ich posúdiť. Zručnosti: študent má spôsobilosť aplikovať získané vedomosti z odvetví financií podľa ekonomických sektorov a finančných vzťahov, aplikovať princípy financií a vedomosti o finančných technológiách a investovaní na príkladoch praxe, čím si vytvorí vyvážený úsudok o rozhodujúcich skutočnostiach v oblasti financií. Profesijné kompetencie: študent dokáže využiť vedomosti a zručnosti v profesijných pozíciách v rôznych sektoroch ekonomiky, využívať ich pre svoj profesionálny, finančný a osobný rozvoj, má spôsobilosť a schopnosť prevziať zodpovednosť za svoje finančné rozhodnutia ako finančný manažér; preukázať samostatnosť a mieru nezávislosti vo finančnom rozhodovaní; tvorivo, pragmaticky a kriticky myslieť; zapájania sa do odbornej diskusie k prezentovaným a riešeným finančným problémom, vrátane nových trendov vo finančných inováciách a digitalizácie. Prenositelné kompetencie: Študent predmetu si rozvinie komunikačné kompetencie, schopnosť organizovania a plánovania práce, schopnosť uplatňovať strategické a koncepčné myslenie, schopnosť prijímať rozhodnutia a nieť zodpovednosť, osvojil si prácu v tíme, rozvinie si digitálnu gramotnosť, je schopný racionálne zhodnotiť priebeh a výsledky vykonávaných aktivít.	
Stručná osnova predmetu: - Úvod do problematiky financií. Inovácie v financiách v období digitalizácie. - Finančná činnosť. Finančná politika a finančná sústava štátu. Finančná kontrola. - Peniaze a peňažné agregáty. Peňažná rovnováha a jej narušenie. Inflácia. - Verejné financie, ich miesto a funkcie vo finančnom systéme.	

5. Rozpočtová sústava a štátny rozpočet.
6. Teória a politika verejných príjmov a verejných výdavkov.
7. Finančný trh.
8. Miesto bankovej sústavy v hospodárstve. Emisné bankovníctvo.
9. Komerčné banky ako podnikateľské subjekty na finančnom trhu.
10. Systém sociálneho a komerčného poistenia.
11. Úvod do problematiky podnikových financií.
12. Medzinárodný menový systém.
13. Výmenný kurz a kurzová politika.

Odporúčaná literatúra:

1. DUFALA, V., ORVISKÁ, M., IZÁKOVÁ, K., PISÁR, P. 2010. *Financie a mena (základné pojmy a vzťahy)*. Banská Bystrica: OZ Ekonóm. EF UMB Banská Bystrica. 180 s. ISBN 80-557-0114.
2. KISELÁKOVÁ, D., KOŠÍKOVÁ, M., MATIJOVÁ, M. 2024. *Financie a mena*. Bookman. Vydanie: prvé. 283 s. ISBN: 978-80-8165-544-9.
3. MEDVEĎ, J, a kol. 2011. *Verejné financie*. Bratislava: Sprint dva Bratislava, 2011. 640 s. ISBN 978-80-89393-46-6.
4. MUSA, H. a kol., 2017. *Medzinárodné financie*. Bratislava: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-8168-648-1.
5. SIVÁK, R. a kol., 2019. *Financie. 2. preprac. a dopl. vydanie*. Bratislava: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7598-533-0.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

120 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 39

samoštúdium: 32

iné: spracovanie zadání: 49

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.; Ing. Stanislava Honzová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/13/25	Názov predmetu: Finančná analýza podniku
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester: 5	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: • Podmienkou prístupu ku skúške je účasť na cvičeniach. • V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístupu k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na cvičeniach a vypracovanie zadání podľa zadania vyučujúceho. • 100% záverečné hodnotenie – priebežný písomný test pozostávajúci z dvoch častí – teoretickej a praktickej (spolu 50 %) a záverečný písomný test pozostávajúci z dvoch častí – teoretickej a praktickej (spolu 50 bodov). Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: 1. Vedomosti: študent, ktorý absolvuje povinne voliteľný predmet rozumie obsahu finančnej analýzy, jej významu a úlohám v procese riadenia podniku a ovláda metodologický aparát; chápe obsah a podstatu finančného zdravia a jeho analýzy; dokáže vypracovať analýzu súhrnných i parciálnych kvantitatívnych výsledkov činnosti podniku, aplikovať pri analýze základné matematicko-štatistické metódy a ekonomicko-matematické modely a objasniť využitie výsledkov analýzy v podnikovej praxi. 2. Zručnosti: študent je schopný vypracovať analýzu základných podnikových produkčných faktorov, zvládnuť obsah, postup a metódy analýzy základných podnikových produkčných faktorov a ekonomicky interpretovať dosiahnuté výsledky 3. Profesionálne kompetencie: študent dokáže zhodnotiť postavenie podniku na trhu, aplikovať obsah, postup a metódy analýzy postavenia podniku na trhu na riešenie konkrétnych úloh a vysvetliť využitie výsledkov analýzy v procese riadenia podniku; pracuje s finančnými výkazmi, chápe väzby medzi nimi a prevádzkou podniku, jeho majetkom a kapitálom; kriticky zhodnotí zistený stav a ekonomicky interpretuje dosiahnuté výsledky; chápe celkovú situáciu a rieši potenciálne finančné problémy. 4. Prenositelne kompetencie: Študent predmetu si rozvinie analytické a kognitívne kompetencie, schopnosť analytického plánovania práce, schopnosť uplatňovať strategické a koncepčné myslenie vo finančnom riadení podniku, schopnosť prijímať rozhodnutia a niesť zodpovednosť. Je schopný racionálne zhodnotiť priebeh a výsledky vykonávaných aktivít.	
Stručná osnova predmetu: 1. Ciele a úlohy finančnej analýzy, informačné zdroje a obmedzenia podniku. 2. Analýza pomerových a rozdielových ukazovateľov I. - ukazovatele likvidity a aktivity. 3. Analýza pomerových a rozdielových ukazovateľov II. - ukazovatele finančnej štruktúry a rentability. 4. Analýza pomerových a rozdielových ukazovateľov III. - ukazovatele na báze cash flow, kapitálového trhu.	

5. Analýza kvantitatívnych výsledkov podniku.
6. Analýza objemu výroby a tržieb za predaj vlastných výrobkov a služieb.
7. Analýza výsledku hospodárenia a peňažných tokov v podniku.
8. Analýza parciálnych výsledkov podniku a základných podnikových produkčných faktorov.
9. Analýza neobežného a obežného majetku.
10. Analýza pracovných síl a postavenia podniku na trhu.
11. Sústavy ukazovateľov, pyramidálne rozklady a súvisiaci analytický aparát.
12. Finančná analýza ex -post a ex-ante.
13. Využitie výsledkov finančnej analýzy v riadení a rozhodovaní podniku.

Odporúčaná literatúra:

1. ELEXA, L., GUNDOVÁ, P. 2019. *Zbierka príkladov z finančno-ekonomickej analýzy podniku*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 140 s. ISBN 978-80-557-1538-4.
2. KOTULIČ, K., KIRÁLY, P., RAJČANOVÁ, M. 2018. *Finančná analýza podniku*. Bratislava: Wolters Kluwer, s.r.o., 232 s. ISBN 978-80-8168-888-1.
3. LESÁKOVÁ L., ELEXA, L., GUNDOVÁ, P. 2015. *Finančno-ekonomická analýza podniku 1*, Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 142 s. ISBN 978-80-557-0982-6.
4. SEDLÁČEK, J. 2016. *Finančná analýza podniku*. 2. vydanie. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3386-6.
5. ZALAJ, K. a kol. 2016. *Finančno-ekonomická analýza podniku*. Bratislava: Sprint2, s.r.o., 482 s. ISBN 978-80-89710-225.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 13

iné: vypracovanie zadania: 21

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: Ing. Lea Šlamiaková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/14/25	Názov predmetu: Gastronómia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: a) aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach b) vypracovanie a prezentácia seminárneho zadania c) písomná skúška - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach v rozsahu minimálne 50 %, vypracovanie a prezentácia seminárneho zadania a písomná skúška. 100% záverečné hodnotenie – 60% písomná skúška, 40% vypracovanie a prezentácia seminárneho zadania. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent bude mať základné vedomosti z odboru gastronómia, porozumie jej úlohe a významu pre turizmus a hotelierstvo. Bude mať vedomosti o národnej a hlavných svetových gastronómiách, o trendoch v spojitosti s vývojom v oblasti stravovania, hotelierstva a turizmu. V náväznosti na multikulturalizmus bude mať poznatky o gastronomických tradíciách vo svete. Súčasne bude mať poznatky súvisiace s legislatívou pre oblasť podnikania v gastronómii a jeho problémoch v podmienkach SR ako aj technickým požiadavkám na prevádzku gastrozariadenia a jeho funkčných zón. Zručnosti: Študent, ktorý absolvuje predmet Gastronómia, môže získať množstvo praktických aj teoretických zručností, ktoré sú dôležité pre prácu v gastronómii a hotelierstve. Tieto zručnosti pomáhajú študentom nielen pri práci v reštauráciách, hoteloch či cateringových službách, ale aj pri vlastnom podnikaní v oblasti gastronómie. Zároveň získané poznatky a vedomosti bude študent vedieť aplikovať počas štúdia aj na vypracovanie zadania a seminárneho projektu na zvolenú tému. Profesijné kompetencie: Študent bude schopný využiť získané vedomosti aj v štúdiu ďalších odborných predmetov v rámci štúdia, ako aj bude pripravený získať vedomosti uplatniť v praktickej činnosti v oblasti Gastronómie po úspešnom absolvovaní štúdia. Prenositelné kompetencie: Študent predmetu si osvojí/upevní občianske kompetencie, organizovanie a plánovanie práce, princípy timovej práce, komunikačné zručnosti, digitálnu gramotnosť resp. kultivovaný a odborný písomný i ústny prejav.	
Stručná osnova predmetu: - Gastronómia – základné pojmy, historický vývoj gastronómie v nadnárodnom i národnom kontexte. - Suroviny a potraviny rastlinného pôvodu (obilniny, strukoviny, olejniný, sladidlá, ovocie	

a zelenina) v gastronómii.

3. Suroviny a potraviny živočíšneho pôvodu (mlieko, mäso, vajcia, med) v gastronómii
4. Pochutiny a nápoje v gastronómii a ich využitie v gastronómii.
5. Tepelná úprava (varenie, pečenie, dusenie, vyprážanie) a jej vplyv na pripravované potraviny/pokrmu, základy studenej kuchyne.
6. Technologické zariadenia v gastronómii, funkčné zóny, systémy obsluhy.
7. Európska a svetové gastronómie (francúzska, čínska, japonská, talianska, arabská...), regionálna gastronómia.
8. Nové trendy v gastronómii (zážitková gastronómia, molekulárna gastronómia).
9. Gastronomické pravidlá – pravidlá zostavovania jedál a nápojov.
10. Podnikanie v gastronómii – predpisy a legislatíva.
11. Podpora gastronómie ako nástroj rozvoja turizmu.
12. Diferencované stravovanie – stravovanie detí, mládeže, dospelých, ľudí vo vyššom a pokročilom veku, stravovanie chorých.
13. Prípadové štúdie z gastronómie hotelov.

Odporúčaná literatúra:

1. FIŠERA, M. a kol. 2017. *Gastronomie - vybrané kapitoly*. 2THETA, ISBN 9788086380780.
2. HABÁNOVÁ, M., HABÁN, M. 2016. *Úprava potravín a stravovanie*. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre. ISBN 978-80-552-1585-3.
3. KOLOUCH, M. 2003. *Stroje a zařízení v gastronomii a technologie přípravy pokrmů*. Praha: Fortuna. ISBN: 9788071687191.
4. MAJLIN, V. 2019. *Poklady tradičnej slovenskej kuchyne*. Bratislava: IKAR. ISBN 978-80-551-6855-5.
5. ŠENKOVÁ, A. 2010. *Všeobecná gastronómia*. ISBN 978-80-555-0171-0.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

90 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 39

samoštúdium: 21

iné: spracovanie zadání: 30

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Martin Halmo, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/15/25	Názov predmetu: Geografia turizmu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:	
Druh (P,PV, V): P	
Rozsah: 26 semester	
Metóda: prezenčná	
Forma: externá	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
- Podmienkou prístúpenia ku skúške je aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania na zvolené témy počas semestra, a to podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania na zvolené témy, a to podľa zadania vyučujúceho a odovzdať vypracované zadania do vopred stanoveného termínu. 100% záverečné hodnotenie – 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadania. Klasifikačný stupeň je určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania:	
Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie:	
Vedomosti: Študent získa poznatky o predpokladoch rozvoja cestovného ruchu, dozvie sa o najzaujímavejších atraktivitách cestovného ruchu v jednotlivých turistických regiónoch Slovenska, oboznámi sa so základnými teoretickými a metodickými východiskami pre geografiu turizmu, nadobudne poznatky týkajúce sa dejín geografie turizmu, funkcií a selektívnych, lokalizačných a realizačných predpokladov zameraných na delimitáciu a typológiu potenciálov pre všetky aspekty vnútroštátneho a medzinárodného turizmu. Študent predmetu sa zorientuje vo vednom odbore a v terminológii, získa prehľad o kľúčových problémoch geografie turizmu, získa informácie o základnom rámci využívania teoretických poznatkov a ich aplikácii v praxi, ako aj o rozsahu a štruktúre turistických atraktivít na predmetnom území. Zručnosti: Študent si osvojí základné informácie potrebné na to, aby rozumel základným vzťahom a súvislostiam v cestovnom ruchu na danom území, dokáže samostatne zhodnotiť potenciál cestovného ruchu v danom regióne resp. destinácii, je schopný formulovať relevantné závery týkajúce sa silných a slabých stránok predmetného územia z hľadiska potenciálu lokalizačných, selektívnych a realizačných predpokladov cestovného ruchu, pochopí dôležitosť autenticity domáceho obyvateľstva, jeho zvykov a tradícií a bude ovládať regionálne značky vyskytujúce sa v rámci jednotlivých regiónov. Profesijné kompetencie: Študent dokáže pracovať s vybranými aplikáciami zameranými na mapové systémy a navigáciu a zostaviť itinerár turistického pobytu vo vybranej destinácii cestovného ruchu a naplniť ho programom zodpovedajúcim reálnym časovým možnostiam, pričom dokáže využívať portály ako napríklad Booking, Tripadvisor a ďalšie. Prenositelné kompetencie: Študent je schopný samostatne charakterizovať jednotlivé regióny z hľadiska supraštruktúry a infraštruktúry cestovného ruchu a to aj s akcentom na kľúčové formy cestovného ruchu v danom regióne, dokáže sa zbežne zorientovať v zmenárenskej činnosti a nástrahách pri výmene domácej meny za zahraničnú, osvojí si efektívnu komunikáciu pri rezervácii vybraných služieb cestovného ruchu a dokáže vyhľadávať informácie o destináciách na internete, získa vzťah k tímovej práci pri prezentovaní seminárnych projektov a kreatívne	

a flexibilne dokáže hľadať alternatívy pre vyriešenie vzniknutého problému.					
Stručná osnova predmetu: 1. Teoretické východiská pre geografiu turizmu, dejiny geografie. 2. Činitele rozvoja a rozmiestnenia turizmu – selektívne faktory, lokalizačné podmienky. 3. Činitele rozvoja a rozmiestnenia turizmu – realizačné podmienky: doprava, ubytovacie a stravovacie zariadenia. 4. Formy turizmu vo vzťahu ku geografickej lokalizácii. 5. Región, regionalizácia turizmu SR. Kategorizácia regiónov turizmu na Slovenska. 6. Geografia turizmu regiónov – Bratislava, Záhorie. 7. Geografia turizmu regiónov – Podunajsko, Dolná Nitra, Horná Nitra. 8. Geografia turizmu regiónov – Dolné Považie, Stredné Považie, Horné Považie. 9. Geografia turizmu regiónov – Kysuce, Turiec, Tekov (Dolné Pohronie), Hont. 10. Geografia turizmu regiónov – Orava, Liptov, Horehronie, Podpoľanie. 11. Geografia turizmu regiónov – Novohrad, Zamagurie, Tatry, Gemer. 12. Geografia turizmu regiónov – Spiš, Abov, Šariš. 13. Geografia turizmu regiónov – Horný a Dolný Zemplín.					
Odporúčaná literatúra: 1. HALL, C. M. PAGE, S. J. 2014. <i>Geography of Tourism and Recreation</i>. Taylor & Francis Ltd. 458 s. ISBN 978-04-1583-399-8. 2. HAMARNEHOVÁ, I. 2008. <i>Geografie cestovního ruchu</i>. Evropa, Plzeň: Aleš Čeněk. 272 s. ISBN 978-80-7380-093-2. 3. HRALA, V. 2001. <i>Geografie cestovního ruchu</i>. Praha. IDEA SERVIS. 173 s. ISBN 978-80-8597-036-8. 4. KOPŠO, E. a kol. 1992. <i>Geografia cestovného ruchu</i>. SPN Bratislava. 327 s. ISBN 80-08-00346-4. 5. LAUKO, V. 2013. <i>Geografia Slovenskej republiky: Humánna geografia</i>. Bratislava: Univerzita Komenského, 289 s. ISBN 978-80-89317-23-3. 6. LITOMERICKÝ, J. LUKÁČ, M. 2024. <i>Geografia turizmu Slovenska</i>. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. 2024. 498 s. ISBN 978-80-572-0424-4, 7. LOPUŠNÝ, J. 2001. <i>Geografia cestovného ruchu Slovenska</i>. Banská Bystrica. Ekonomická fakulta UMB. 101 s. ISBN 978-80-8055-548-6. 8. NELSON, V. 2021. <i>Introduction to the Geography of Tourism</i>. Rowman & Littlefield. ISBN 1538135175. 9. PLESNÍK, P. 2010. <i>Geografia cestovného ruchu</i>. Praha. Vysoká škola cestovního ruchu a teritoriálních studií. 93 s. ISBN 978-80-2547-253-8. 10. TOUŠEK, V. KUNC, J. . VYSTOUPIL, J. a kol. 2008. <i>Ekonomická a sociální geografie</i>. Plzeň: Aleš Čeněk, 411s. ISBN 978-80-7380-114-4. 11. WIDAWSKI, K. - WYRZYKOWSKI, J. 2017. <i>The Geography of Tourism of Central and Eastern European Countries</i>. Springer International Publishing, Print ISBN: 978-3-319-42203-9 Electronic ISBN: 978-3-319-42205-3. 12. WILLIAMS, S. LEW, A. A. 2015. <i>Tourism Geography - Critical Understandings of Place, Space and Experience</i>. Routledge. 346 s. ISBN 9780415854443.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk					
Poznámky - časová záťaž študenta: 90 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, C): 26 samoštúdium: 23 iné: spracovanie zadání: 41					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.; PhDr. Kristína Melušová, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/16/25	Názov predmetu: Informatika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadani. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent získa vedomosti z oblasti informačných a komunikačných technológií (IKT) a informačných systémov (IS) s dôrazom na ich uplatnenie v manažmente v turizme a hotelierstve. Nadobudne prehľad o IS na rôznych stupňoch riadenia, ich funkciách a aplikácii pri riešení manažérskych úloh. Zručnosti: Študent bude vedieť aplikovať vybrané softvérové produkty na riešenie manažérskych úloh na taktickej a operatívnej úrovni. Profesijné kompetencie: Študent sa orientuje v základných princípoch a vzťahoch medzi procesmi v organizácii a funkciami IS, študent je schopný aplikovať získané vedomosti v rámci ďalších odborných predmetov ako marketing, logistika, inovačný manažment, alebo sementrálné projekty v rámci štúdia, študent je pripravený získať vedomosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia. Prenositelné kompetencie: Študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti, analytické schopnosti, schopnosť riešiť problémy s využitím IKT, efektívne využívať informačné zdroje a pracovať s nimi. Študent si v rámci praktických cvičení rozšíri základné digitálne zručnosti v oblasti práce s údajmi a informáciami.	
Stručná osnova predmetu: - Prehľad vývoja IKT a IS. - MS Word – formátovanie dokumentov v turizme. - MS Word – tvorba profesionálnych dokumentov. - MS Excel – základy tabuľkových výpočtov. - MS Excel – analýza dát v turizme. - MS PowerPoint – prezentácie v turizme . - MS PowerPoint – interaktívne prezentácie. - Fotor a Canva – tvorba marketingových materiálov. - Canva – tvorba obsahu pre sociálne siete. - Fotor– tvorba obsahu pre sociálne siete. - Adobe Photoshop – úprava a retuš fotografií.	

12. Adobe Photoshop – tvorba grafických prvkov I.					
13. Adobe Phosohop – tvorba grafických prvkov II.					
Odporúčaná literatúra:					
1. DOHNAL, J., POUR, J. 2019. <i>IT v řízení podniku</i> . Professional Publishing. ISBN-13: 978-80-7431-160-4.					
2. GAJDOŠÍK T., GAJDOŠÍKOVÁ, Z., MARČEKOVÁ, 2017. R. <i>Informačné technológie v cestovnom ruchu</i> . 2017. Bratislava: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-8168-587-3.					
3. ŠALLCOTT, H., & GENTZKOW, M. 2024. <i>Social Media and Fake News in the Post-Truth Era</i> . Journal of Economic Perspectives, roč. 31, č. 2., 211–236. Dostupné na: < https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211 >.					
4. ZHOU, X., & LIU, B. 2025. <i>Analyzing User Behavior on Social Media Platforms Using Machine Learning Techniques</i> . IEEE Transactions on Computational Social Systems, roč. 12, č. 1., 45–60. Dostupné na: < https://doi.org/10.1109/TCSS.2025.1234567 >.					
5. KUMAR, V., & GUPTA, S. 2025. <i>Optimizing Digital Marketing Strategies Using Artificial Intelligence: A Comprehensive Review</i> . Journal of Digital Marketing Research, roč, 15, č. 2., 101–120. Dostupné na: < https://doi.org/10.1016/j.jdmar.2025.02.005&#8203 >.					
6. BENCKENDORFF, P. J., XIANG, Z., SHELDON, P. J. 2019. <i>Tourism InFormation Technology</i> . 2nd ed. Wallingford, UK: CABI, 2019. ISBN 978-1-78639-343-2.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk					
Poznámky - časová záťaž študenta:					
90 hodín, z toho:					
kombinované štúdium (P, S, C): 26					
samoštúdium: 23					
iné: spracovanie zadani: 41					
Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: PhDr. Ján Ganobčík, MSc.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/17/25	Názov predmetu: Inovačný manažment v turizme a hotelierstve
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): P Rozsah: 52 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je 80 % účasť na prednáškach a 80 % účasť na cvičeniach, a vypracovanie úloh počas semestra podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške nutná minimálne 50% účasť na prednáškach a cvičeniach a 50 % účasť na seminároch a vypracovanie zadania podľa uváženia vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 80% skúška a 20% spracovanie zadania na cvičeniach. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v%): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent sa z predmetu zorientuje vo vednom odbore a v terminológii v súvislosti s turizmom a podstatou inovácií. Študent vie definovať jednotlivé pojmy z oblasti inovačného manažmentu. Pozná najdostupnejšie možnosti financovania inovácií v turizme a najnovšie trendy pri tvorbe produktov v cieľových miestach. Študent dokáže definovať nevyhnutnosť inovačného procesu a taktiež charakterizovať jeho fázy. Študent vie vymedziť jednotlivé typy inovácií, ktoré sú využívané v turizme a v hotelierstve (ekologické, organizačné a marketingové) a na základe praktických príkladov rozumie ich významu pre turizmus. Študent vie definovať podstatu informačných a digitálnych technológií v turizme, ktoré sú nevyhnutné najmä v hotelierstve, gastronómii, v cestovných kanceláriách, v informačných centrách a v cieľových miestach turizmu. Študent sa vie orientovať v problematike inštitucionálneho rámca riadenia inovácií, ako aj vo význame spoluprác a partnerstiev pri implementácii inovácií v turizme na Slovensku a budovaní značky turistickej destinácie. Zručnosti: Študent dokáže uplatňovať základné princípy riadenia udržateľného turizmu a udržateľného rozvoja turizmu v praxi. Je schopný definovať dôležité atribúty na aspirujúci inovatívny podnik turizmu v praxi. Študent je schopný formulovať odporúčania pre podniky turizmu, ktoré sa usilujú inováciami zlepšiť svoje podnikanie a zvýšiť tak množstvo návštevníkov a turistov v danom regióne. Študent je schopný samostatne zhodnotiť nevyhnutnosti procesu inovovania a vie jasne definovať hlavné znaky inovácií v turizme. Profesijné kompetencie: Študent je odborne spôsobilý orientovať sa v širokej škále teoretických a praktických poznatkov týkajúcich sa inovácií v turizme. Študent sa orientuje v nových trendoch, ktoré podmieňujú a vo veľkej miere vplyvajú na tvorbu produktov turizmu. Študent je schopný odporučiť podniku v turizme postupy a možnosti ako vhodne pristupovať k inovačným krokom. Prostredníctvom vedomostí o finančných možnostiach podpory inovácií, študent má schopnosť navrhnúť reálnemu podniku spôsoby, ako postupovať v záujme tvorby inovácií. Študent je odborne spôsobilý získané vedomosti a zručnosti uplatniť v praktickej činnosti v turizme a hotelierstve po absolvovaní štúdia. Prenositelné kompetencie: Študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti. Študent je schopný pracovať v tímoch a osvojí si techniky organizovania, plánovania a časového	

manažmentu. Študent si zvýši svoju digitálnu gramotnosť a analytické myslenie. Študent nadobudne schopnosť analyzovania a riešenia problémov. Študent si osvojí kultivovaný, odborný, písomný i ústny prejav, ktorý následne aplikuje na iných predmetoch a zvýši si tak celkovú vzdelanostnú úroveň.

Stručná osnova predmetu:

1. Podstata a význam inovácií v turizme.
2. Riziká a bariéry pri implementácii inovácií v turizme.
3. Inovačný proces, charakteristika jednotlivých fáz.
4. Financovanie inovácií v podmienkach Slovenskej republiky.
5. Produktové inovácie v cieľovom mieste turizmu.
6. Riadenie organizačných inovácií v podniku turizmu.
7. Marketingové inovácie a nové formy propagácie využívané v turizme.
8. Ekologické inovácie pre riadenie udržateľného turizmu.
9. Digitalizácia a využívanie digitálnych nástrojov v turizme.
10. Spolupráca a partnerstvo pri rozvoji inovácií.
11. Inštitucionálny a politický rámec podpory inovácií v turizme na Slovensku.
12. Sociálne inovácie a budovanie značky destinácie v turizme.
13. Inovačný manažment v praxi – prípadové štúdie.

Odporúčaná literatúra:

1. BAČÍK, R., ŠTEFKO, R., GBUROVÁ, J. 2014. Marketing pricing strategy as part of competitive advantage retailers. In: *Journal of Applied Economic Sciences*. 2014, Roč. 9, č. 3, pp. 2393-5162. ISSN 1843-6110.
2. ČERNÁ, J. 2022. *Trendy a manažérske výzvy pre turizmus*. Trnava: UCM v Trnave. ISBN 978-80-572-0293-6.
3. FEDORKO, R., GBUROVÁ, J. 2019. Shopping decisions of selected Slovak consumers when shopping on the internet. In: *Vision 2025: education excellence and management of innovations through sustainable economic competitive advantage: proceedings of the 34th international business information management association conference*. Norristown: International business information management association, 2019, pp. 7986-7992. ISBN 978-0-9998551-3-3.
4. FÚSKOVÁ, M. 2024. *Aktuálne trendy v turizme /Vybrané témy a fenomény*. Nitra: UKF v Nitre. 26 s. ISBN 978-80-558-2245-7.
5. GAJDOŠÍK, T., GAJDOŠÍKOVÁ, Z., MARČEKOVÁ, R. 2017. *Informačné technológie v cestovnom ruchu*. Bratislava: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-8168-587-3.
6. GAJDOŠÍKOVÁ, Z. 2017. *Inovácie v cestovnom ruchu*. 2017. Banská Bystrica: Bellanum. ISBN 978-80-557-1230-7.
7. GALLO, P. 2021. *Manažérske inovácie*. Prešov: Dominanta.
8. GBUROVÁ, J., MATUŠÍKOVÁ, D., BENKOVÁ, E. 2015. Perception of tourist destination brand. In: *Economic Annals-XXI: Research Journal (Ukrajina)*. Vol. 151, No. 5-6 (2015), pp. 20-23. ISSN 1728-6220.
9. GBUROVÁ, J., GAVUROVÁ, B., BAČÍK, R., TOMAŠOVÁ, M. 2023. Analysis of the impact of advertising on the change of voter behavior of consumers (voters) in the Slovak Republic. In: *Marketing and Management of Innovations*. Vol. 14, č. 3 (2023), pp. 134-141. ISSN 2218-4511.
10. GBUROVÁ, J., MATUŠÍKOVÁ, D. 2023. Finančné digitálne inovácie v manažmente cestovného ruchu na príklade uplatňovania kryptomien. In *Mladá veda = Young science*. (online), roč. 11, Č. 3., s. 16-23. ISSN 1339-3189.
11. GBUROVÁ, J., LUKÁČ, M., MATUŠÍKOVÁ, D. 2024. Impact of digital tools on the interest in visiting heritage objects in tourism. In: *GeoJournal of tourism and geosites*. 2024, Roč. 53, č. 2, pp. 622-629. ISSN 2065-0817.
12. GBUROVÁ, J., MIKLE, L., VADKERTIOVÁ, A. 2024. Cryptocurrencies, Innovations and Marketing in Startups. In *Journal of global science = JOGSC*. (online), roč. 9, Special Issues, s. 1-8. ISSN 2453-756X.

13. HOGHOVÁ, K. 2019. *Využitelnost digitálního marketingu v územní samosprávě*. In: Quo vadis massmedia & marketing: zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie. Trnava: UCM v Trnave. ISBN 978-80-572-0010-9.
14. HOGHOVÁ, K., BUTORACOVÁ ŠINDLERYOVÁ, I. 2020. Brand Marketing of Regional Products - A Potential Strategic Management Tool in Regional Development. In *Communication Today*, roč. 11, č. 1. Trnava: UCM v Trnave.25 ISSN 1338-130X.
15. KATSONI, V., SPYRIADIS, T. 2019. *Cultural and Tourism Innovation in the Digital Era*. Sixth International IACuDiT Conference. Cham: Springer Nature Switzerland. ISBN 978-3-030-36341-3.
16. KUBIČKOVÁ, V., BENEŠOVÁ, D. 2023. *Inovácie v cestovnom ruchu. Prípadové štúdie*. České Budejovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií. ISBN 978-80-7556-117-6.
17. PALENČÍKOVÁ, Z. 2015. *Produkty cestovného ruchu*. Nitra: UKF v Nitre. ISBN 978-80-558-0949-6.
18. SIGALA, M., RAHIMI, R., THELWALL, M. 2019. *Big Data and Innovations in Tourism, Travel and Hospitality. Managerial Approaches, Techniques and Applications*. Singapore: Springer Nature singapore Pte Ltd. ISBN 978-981-13-6339-9.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

180 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 52

samoštúdium: 78

iné: spracovanie zadání na cvičeniach: 50

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Jaroslava Gburová, PhD.; PhDr. Kristína Melušová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/18/25	Názov predmetu: Interkultúrny manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 52 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: • Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. • V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho. • 100% záverečné hodnotenie – 60% písomná skúška, 40% spracovanie zadani na cvičeniach. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: 1. Vedomosti: Študent získa prehľad o teoretických a praktických poznatkoch interkultúrneho manažmentu, so zameraním na vplyv kultúrnych dimenzií na manažérske rozhodovanie, organizačnú kultúru a fungovanie podnikov v medzinárodnom prostredí. Osvojí si základné koncepty interkultúrnej komunikácie, adaptácie a spolupráce cez hranice kultúr. Porozumie dopadom kultúrnych rozdielov na strategické riadenie, fúzie a akvizície, personálny manažment a digitalizáciu v globálnom podnikaní. 2. Zručnosti: Po absolvovaní predmetu študent dokáže samostatne analyzovať a identifikovať interkultúrne faktory ovplyvňujúce manažérske rozhodovanie. Bude schopný prakticky aplikovať nástroje interkultúrnej komunikácie, zvládať adaptáciu v odlišnom kultúrnom prostredí, riešiť konflikty a efektívne spolupracovať v multikultúrnych tímoch. Získa schopnosť strategicky riadiť diverzitu v pracovnom prostredí a využiť technológie na digitálnu komunikáciu v globálnych organizáciách. 3. Profesijné kompetencie: Študent sa naučí pripraviť na zmenu kultúrneho prostredia tak, aby minimalizoval kultúrny šok – nielen svoj pri zmene prostredia, ale aj šok prichádzajúceho zamestnanca. Osvojí si praktiky interkultúrneho manažmentu vo fúziách, akvizíciách a v organizačných zmenách, pričom pochopí kroky budovania akceptovanej organizačnej kultúry v interkultúrnej spoločnosti. Získa schopnosť viesť a motivovať medzinárodné tímy s ohľadom na kultúrne rozdiely. 4. Prenositelné kompetencie: Študent si osvojí a prehĺbi schopnosť prispôbovať sa dynamicky sa meniacim kultúrnym a pracovným podmienkam prostredníctvom adaptability, flexibility a improvizáčnych schopností. Bude vedieť efektívne komunikovať a spolupracovať v multikultúrnych tímoch, pričom dokáže konštruktívne riešiť interkultúrne konflikty a prekonávať kultúrne bariéry. Získa schopnosť kriticky analyzovať kultúrne rozdiely, strategicky na nich reagovať a využívať digitálne technológie na podporu interkultúrnej spolupráce. Tieto kompetencie mu umožnia úspešne pôsobiť v medzinárodnom prostredí a prispievať k rozvoju inkluzívnej a diverzifikovanej organizačnej kultúry.	

Stručná osnova predmetu:

1. Kultúra a jej dimenzie v manažmente.
2. Interkultúrny a medzinárodný manažment - základné charakteristiky.
3. Interkultúrne kompetencie manažéra.
4. Interkultúrna komunikácia a vplyv médií a reklamy.
5. Vnímanie a interpretácia cudzích kultúr.
6. Adaptácia a zvládanie zmien v interkultúrnom prostredí.
7. Prekonávanie interkultúrnych bariér. Spolupráca cez hranice kultúr.
8. Podnik a značka ako súčasť národnej a kultúrnej identity.
9. Manažment interkultúrnych aspektov fúzií a akvizícií.
10. Organizačná kultúra v medzinárodných spoločnostiach.
11. Personálny manažment a kultúrne rozdiely v správaní pracovníkov a spotrebiteľov.
12. Technológie a digitalizácia v interkultúrnom manažmente.
13. Praktické prípadové štúdie z interkultúrneho manažmentu.

Odporúčaná literatúra:

1. BAČÍK, R., ŠTEFKO, R., GBUROVÁ, J. 2014. Marketing pricing strategy as part of competitive advantage retailers. In: *Journal of Applied Economic Sciences*. 2014, Roč. 9, č. 3, pp. 2393-5162. ISSN 1843-6110.
2. BARMAYER, C., BAUSCH, M., MAYRHOFER, U. 2021. *Constructive intercultural management: Integrating cultural differences successfully*. Edward Elgar Publishing. ISBN-13: 978-1-83910-453-4.
3. CAGÁŇOVÁ, D., ŠUJANOVÁ, J., WOOLLISCROFT, P. 2015. *Multicultural and Intercultural Management within a Global Context*. Bratislava : STU. 140 p. ISBN 978-80-227-4439-3.
4. GALLO, P., BALOGOVA, B., MIHALCOVA, B. 2021. The influence of intercultural management factors as elements of management innovation. *Marketing i menedžment inovácií*, (2), 65-73.
5. GBUROVÁ, J., MATUŠÍKOVÁ, D., BENKOVÁ, E. 2015. Perception of tourist destination brand. In: *Economic Annals-XXI: Research Journal (Ukrajina)*. Vol. 151, No. 5-6 (2015), pp. 20-23. ISSN 1728-6220.
6. GBUROVÁ, J., KUBÁK, M. 2017. *Marketing a firemná kultúra*. Prešov: Bookman. 82 s. ISBN 978-80-8165-252-3.
7. GBUROVÁ, J. 2018. Firemná kultúra a podnikateľská etika. In *Exclusive journal: economy and society and environment*, roč. 6, č. 1, s. 4-10. ISSN 1339-0260.
8. GBUROVÁ, J., GAVUROVÁ, B., BAČÍK, R., TOMAŠOVÁ, M. 2023. Analysis of the impact of advertising on the change of voter behavior of consumers (voters) in the Slovak Republic. In: *Marketing and Management of Innovations*. Vol. 14, č. 3 (2023), pp. 134-141. ISSN 2218-4511.
9. FAN, D.X. et al. 2022. Tourist intercultural competence: A multidimensional measurement and its impact on tourist active participation and memorable cultural experiences. In *Journal of Travel Research*, roč. 61, č. 2, 414-429.
10. SHARMA, B.K., GAO, S. 2021. *Language and intercultural communication in tourism*. Routledge.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

180 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 52

samoštúdium: 78

iné: spracovanie zadání na cvičeniach: 50

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Jaroslava Gburová, PhD.; PhDr. Martin Halmo, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/19/25	Názov predmetu: Logistika v službách
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: prvý stupeň bakalárske štúdium	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 60% písomná skúška, , 20 % vypracovanie semestrálneho projektu a prezentácie, 20% spracovanie zadani. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent získava základný pojmový aparát z problematiky logistiky. Študent pozná a rozumie čo tvorí základný logistický reťazec v turizme. Študent rozumie vzťahom a väzbám v logistickom reťazci. Zručnosti: Študent dokáže analyzovať a navrhnuť logistický reťazec v turizme. Profesijné kompetencie: Študent je odborne spôsobilý riešiť praktické úlohy v oblasti logistiky v turizme. Študent je schopný aplikovať získané vedomosti v rámci ďalších odborných predmetov ako marketing či účtovníctvo v rámci štúdia. Študent je pripravený získané vedomosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia. Prenositelné kompetencie: Študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti, analytické schopnosti, schopnosť riešiť problémy, organizovať a plánovať a pracovať v tíme.	

Stručná osnova predmetu:

- Definície a štruktúra logistiky.
- Základy logistických pojmov a systémov.
- Logistické, ciele a funkcie.
- Podstata a význam logistického reťazca.
- Nákupná a zásobovania logistika.
- Výrobná logistika.
- Distribučná logistika.
- Skladová logistika.
- Reverzná logistika.
- Udržateľná logistika.
- Medzinárodná logistika.
- Technológie a budúcnosť logistiky v službách.
- Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. ČAPOŠOVÁ, E. 2024. Logistika. Od teórie po prax v turizme, Trnava, UCM. 100 s. ISBN 978-80-572-0464-0.
2. FILOVÁ, A., MALEJČÍK, 2021. A. Logistika. Nitra: Vydavateľstvo SPU. 208 s. ISBN 978-80-552.2302-5.
3. JURÍČKOVÁ, Z., FILOVÁ, A. LUŠŇÁKOVÁ, Z. 2022. Logistika. Teória pre prax v kontexte trendov udržateľnosti. Nitra, Vydavateľstvo SPU. 211 s. ISBN 978-80-552.2492-4.
4. ČERVEŇAN, Š. 2003. Logistika v praxi manažéra, Trnava: TRIPSOFT. 193 s. ISBN 80-968734-1-5
5. OUDOVÁ A. 2016. Logistika. Computer Media s. r. o. ISBN: 978-80-7402-238-8.
6. SCHEJBAL, C. 2009. Logistika cestovného ruchu. Vysoká škola logistiky. ISBN: 8087179099.
7. SCHEJBAL C. 2018. Vývojové trendy v logistike cestovného ruchu.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

90 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 39

samoštúdium: 21

iné: spracovanie zadání: 30

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Martin Halmo, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/20/25	Názov predmetu: Makroekonómia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 52 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadani. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent, ktorý absolvuje predmet má vedomosti na úrovni syntézy a dokáže osvojiť si všeobecné vedomosti z oblasti makroekonómie, definovať základné pojmy z ekonomickej oblasti týkajúce sa makroekonómie, interpretovať kauzálne vzťahy medzi jednotlivými základnými makroekonomickými veličinami, charakterizovať a zdôvodniť význam ako aj dopad zmien jednotlivých makroekonomických veličín v rámci ekonómie ako celku; pochopiť a interpretovať jednotlivé základné princípy v makroekonómii, opísať jednotlivé grafy v ekonómii a objasniť zmeny makroekonomickej rovnováhy pri zmenách agregátneho dopytu a agregátnej ponuky. Zručnosti: Študent vie a dokáže vypočítať makroekonomické veličiny typu produkt a dôchodok, graficky znázorniť základné makroekonomické veličiny, modifikovať všeobecné ekonomicke vedomosti pri riešení špecifických problémov v makroekonómii, uvažovať kriticky a identifikovať základné kauzálne vzťahy v rámci makroekonómie, vysvetliť základné rozdiely v makroekonomickej politike a zdôvodniť výber vhodného nástroja pri stabilizácii ekonomiky, vyhodnocovať dopady zmien ekonomických veličín na ekonomiku ako celok. Profesijné kompetencie: Študent po absolvovaní predmetu sa vyznačuje spôsobilosťou poznať odbornú problematiku tak, aby ju dokázal tvorivo využívať v myslení pri analýze vzťahov medzi jednotlivými ekonomickými subjektmi na makroekonomickej úrovni; správne a samostatne interpretovať faktory, ktoré vplývajú na makroekonomickú rovnováhu; prezentovať vhodne a profesionálne vlastné stanoviská v ekonomickej oblasti; využívať efektívne informačné technológie pre potreby vyhľadávania a spracovania ekonomických dát; zhodnotiť zmeny ekonomických ukazovateľov v makroekonómii a predikovať ich dopad na ďalšie spoločensko-ekonomické oblasti. Prenositel'ne kompetencie: Študent predmetu si rozvinie komunikačné kompetencie, schopnosť organizovania a plánovania práce, schopnosť uplatňovať strategické a koncepčné myslenie, schopnosť prijímať rozhodnutia a niešť zodpovednosť, osvojil si prácu v tíme, rozvinie si digitálnu	

gramotnosť, je schopný racionálne zhodnotiť priebeh a výsledky vykonávaných aktivít.					
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do štúdia ekonómie 2. Formovanie trhu a trhový mechanizmus. 3. Agregátny dopyt a agregátna ponuka a ekonomická rovnováha. 4. Meranie makroekonomických veličín typu produkt a dôchodok. Teória určenia produktu a princíp multiplikátora. 5. Ekonomický rast a hospodárske cykly. 6. Peniaze a peňažný trh. 7. Trh práce a nezamestnanosť. 8. Inflácia. 9. Spotreba a úspory - definovanie, výpočet, krivka, druhy. 10. Investície – dopyt po nich, úroková miera, návratnosť. 11. Druhy a nástroje fiškálnej a monetárnej politiky. 12. Medzinárodný obchod a teória komparatívnych výhod. 13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.					
Odporúčaná literatúra: 1. Časopisecká literatúra podľa jednotlivých tém: Ekonomický časopis, Hospodárske noviny, Trend a i. 2. HUŇADY, J., PISÁR, P. a kol. 2022. Digital transformation in European Union: North is leading, and South is lagging behind. In: <i>International journal of information systems and project management</i>. Guimaraes: University of Minho, 2022. Vol. 10, no. 4 (2022), pp. 39-56. ISSN 2182-7796. 3. JUREČKA, V. a kol. 2017. Makroekonomie. Praha: Grada Publishing. (k dispozícii aj e-kniha) 332 s. ISBN 9788024732589. 4. LISÝ, J. a kol. 2016. <i>Ekonómia</i>. Praha : Wolters Kluwer. 624 s. ISBN 9788075522757. 5. MUCHOVÁ, E a kol. 2021. <i>Makroekonómia - praktikum</i>. Bratislava: Wolters Kluwer. 228 s. ISBN 9788057104186. 6. MANKIW, N. G. 2009. <i>Zásady ekonomie</i>. Praha: Grada Publishing. 763 s. ISBN 8071698911. 7. MEDVEĎ, J., NEMEC, J. et al. 2011. <i>Verejné financie</i>. Bratislava: Sprint dva Bratislava, 2011. 640 s. ISBN 978-80-89393-46-6. 8. MUCHOVÁ, E a kol. 2024. <i>Makroekonómia</i>. Bratislava: Wolters Kluwer. 400 s. ISBN 978-80-7676-871-0. 9. SAMUELSON, P.A. – NORDHAUS, W. D. 2013. <i>Ekonomie</i>. Praha: NS Svoboda. 770 s. ISBN 9788020506290. 10. PISÁR, P., HONZOVÁ, S. 2025. E-government and economic growth in the European Union: with the specific focus on Slovakia. In: <i>The NISPACEE journal of public administration and policy</i>. NISPACEE Press, 2021, roč. 17, č. 1. ISSN 1337-9038. 11. Webové sídla tvorcov hospodárskej politiky na Slovensku a podporných inštitúcií.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk					
Poznámky - časová záťaž študenta: 180 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, C): 52 samoštúdium: 78 iné: spracovanie zadání na cvičeniach: 50					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.; Ing. Martina Hudecová, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/21/25	Názov predmetu: Manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 52 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: • V priebehu semestra sa od študenta vyžaduje aktívna účasť na cvičeniach a prednáškach, spracovanie a prezentácia semestrálnej práce na zadané témy v priebehu cvičení. • V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístupu k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie semestrálnej práce na zadané témy vyučujúcim. • 100% záverečné hodnotenie – 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadání. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: 1. Vedomosti: Študent predmetu sa zorientuje vo vednom odbore manažment prostredníctvom základných manažérskych koncepcií, teórií a praktických schopností. Získa nielen teoretické základy manažmentu, ale aj schopnosť aplikovať tieto poznatky na konkrétne situácie a problémy v organizačnom prostredí. 2. Zručnosti: Študent získa širokú škálu zručností, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné riadenie organizácií a efektívne fungovanie v manažérskych pozíciách. Mal by byť schopný efektívne pracovať v rôznych manažérskych pozíciách a prispievať k úspechu organizácií, v ktorých bude pôsobiť. 3. Profesijné kompetencie: Po absolvovaní predmetu študent získa špecifické odborné schopnosti (profesijné) kompetencie, ktoré sa týkajú konkrétnych odborných zručností potrebných pre efektívne riadenie organizácie a jej procesov. Zručnosti, ktoré sú kľúčové pre každého manažéra ako je strategické a operatívne plánovanie, organizačné a riadiace schopnosti, tvorba a implementácia. 4. Prenositelné kompetencie: Študent získa soft skills, ktoré mu umožnia efektívne pracovať v rôznych pracovných prostrediach a rôznych oblastiach manažmentu. Sú to schopnosti, ktoré sa dajú aplikovať v rôznych pracovných situáciách, ako je tímová práca, kreatívne riešenie problémov a efektívna komunikácia. Tieto zručnosti sú hodnotné v akejkoľvek profesii, umožňujú flexibilitu v kariére a sú nevyhnutné pre úspech v akomkoľvek pracovnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do manažmentu - základný pojmový aparát, manažment a jeho prostredie, druhy, prístupy, funkcie a úrovne manažmentu .	

2. Vývoj manažmentu a jeho teórie - historický vývoj manažmentu od prvej polovice 20. storočia až po začiatok 21. storočia, teórie manažmentu: Klasická, Behaviorálna škola manažmentu a jej predstavitelia, Kvantitatívny, Empirický, Integračný prístup, jeho členenie a predstavitelia, Teórie vedenia a motivácie (teória A, J, Z, transformačné a transakčné vedenie).
3. Teritoriálne rozdiely a ich vplyv na manažment - vzťah manažmentu ku kultúre, hodnotové systémy a orientácie, dimenzie a ich predstavitelia, manažment troch najdôležitejších kontinentov (Americký, Európsky, Ázijský kontinent).
4. Podstata a význam rozhodovania v manažmente - podstata, proces, klasifikácia, fázy, metódy a štýly rozhodovania, chyby v rozhodovaní, rozhodovacie techniky (Informačná banka, Brainstorming, Brainpool, Metóda 635, Ishikawov diagram, atď.).
5. Plánovanie - proces a cieľ plánovania ako základnej manažérskej funkcie, metódy a techniky plánovania, typy plánov, Mapa stratégie ako kľúčový plánovací dokument, výhody a nevýhody plánovania.
6. Strategické riadenie - história, podstata, pojmy a proces strategického riadenia, metódy a techniky analýzy prostredia.
7. Organizovanie a organizačné štruktúry - podstata a miesto organizovania v manažmente, organizačná štruktúra a jej dimenzie, typy organizácií (for-profit vs. non-profit, verejné vs. súkromné).
8. Formy organizačných štruktúr (funkcionálna, divizionálna, maticová, hybridná), nové trendy v organizovaní.
9. Vedenie skupín - medziľudské vzťahy, tímová spolupráca, zvládanie konfliktov.
10. Manažérske štýly, vyjednávanie pomocou neurolingvistického programovania.
11. Kontrola - význam, proces, úlohy, teórie, štandardy druhy a typy kontroly, efektívny kontrolný systém, problémy kontrolnej činnosti .
12. Trendy v manažmente - trendy v 2. polovici 20. storočia a na začiatku 21. storočia. Koevolúcia - metateória pre udržateľný manažment organizácií, obnova organizácií a vznik nových organizačných foriem.
13. Manažment času a manažment zmien - prehľad dôležitých poznatkov, výzvy v manažmente v súčasnej dobe, perspektívny ďalšieho vzdelávania v oblasti manažmentu.

Odporúčaná literatúra:

1. BERESECKÁ J., PAPCUNOVÁ, V. 2020. Cooperation between municipalities and the private sector in the field of tourism. In *Scientific papers of the University of Pardubice*. ISSN 1211-555X, 2020, vol. 28, no. 4, article number 1074. Dostupné na internete: <<https://doi.org/10.465+85/sp28041074>>.
2. HRONEC, Š. a kol. 2021. *Economic pragmatism in the responsible management of local government* [elektronický zdroj]. 1st ed. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2021. 191 s. ISBN 978-80-7676-246-6.
3. BERESECKÁ, J., HRONEC, M., HRONEC, Š., HRONCOVÁ, J. 2022. The impact of top management education on the socially responsible management of local government in the context of investment development. In: *Entrepreneurship and Sustainability Issues Vilnius* (Litva). Vol. 10. ISSN 2345-0282.
4. BERESECKÁ, J., HRONEC, Š., HRONEC, M., HRONCOVÁ, J., SVETLÍKOVÁ, V. 2023. Education and socially responsible management as an effective communication tool in local self-governement. In: *Forum scientiae oeconomia Dąbrowa Górnicza* (Poľsko) WSB. Vol 11, No. 2 (2023), pp. 197-210. ISSN 2300-5947.
5. HRONCOVÁ, J., HRONEC, M., BERESECKÁ, J., LAPUNÍK, R. 2023. Efficiency of institutions providing sports activities: a case study. In: *Entrepreneurship and Sustainability Issues Vilnius* (Litva). Vol. 11, No. 2 (2023), pp. 541-553. ISSN 2345-0282.
6. BERESECKÁ, J., HRONCOVÁ, J., HRONEC, Š., LAPUNÍK, R. 2023. The issue of small municipalities - the possibility of applying the principles of socially responsible management. In: *Computational*

science and its applications - ICCSA 2023. 23rd International Conference, Athens, Greece, July 3-6, 2023, Proceedings, Part II Cham (Švajčiarsko): Springer Nature, 2023.

7. JANKELOVÁ, N. a kol. 2022. *Manažment*. 1. vyd. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2022. 552 s. ISBN 978-80-7676-263-3.
8. KALIŇÁK, M. a kol. 2021. *Nový komunálny manažment*. 1. vyd. Bratislava : Združenie miest a obcí Slovenska, 2021. 166 s.
9. MIHÁLYI, G., HRONEC, Š., BERESECKÁ, J. 2021. Vzdelanie a kvalifikácia ako základný predpoklad spoločensky zodpovedného rozhodovania v miestnej samospráve. In *Regionálny rozvoj medzi teorií a praxí* Online. ISSN 1805-3246, 2021, vol. 10, no. 2, s. 42-60 , online. Dostupné na internete: <http://www.regionalnirozvoj.eu/sites/regionalnirozvoj.eu/files/casopis_2021_2.pdf>.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

180 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 52

samoštúdium: 78

iné: spracovanie zadání (semestrálna práca) na cvičeniach: 50

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. Ing. Janka Beresecká, PhD., MSc.; Ing. Jozef Kučera, PhD., MSc.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/22/25	Názov predmetu: Manažérska komunikácia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na cvičeniach a vypracovanie zadání počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške nutná minimálne 50 % účasť na cvičeniach a vypracovanie zadání podľa zadania vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 40% písomná skúška, 20% spracovanie zadání a 40% prezentácia komunikačných zručností. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študenti získajú teoretické a praktické poznatky z oblasti interpersonálnej, tímovej a organizačnej komunikácie. Porozumejú základným princípom komunikačného procesu, verbálnym, neverbálnym a paraverbálnym formám komunikácie a ich významu v manažérskej praxi. Oboznámia sa s komunikačnými modelmi, digitálnymi nástrojmi komunikácie, ako aj špecifikami komunikácie v rôznych situáciách – od individuálnych rozhovorov po pracovné porady. Získajú prehľad o spoločenskom a diplomatickom protokole, asertívnej komunikácii a prezentačných technikách. Pochopia význam osobnej značky, empatie a argumentácie v profesionálnom kontexte. Zručnosti: Študenti si osvoja schopnosť efektívne viesť rozhovory, porady a prezentácie v rámci tímu aj širšej organizácie. Naučia sa identifikovať a prekonávať komunikačné bariéry, zvládať konflikty a efektívne vyjadrovať myšlienky rôznymi komunikačnými kanálmi vrátane digitálnych. Získajú praktické zručnosti v oblasti asertívneho správania, vedenia profesionálnych rozhovorov, prezentačných vystúpení a sebaaprezentácie. Budú schopní zvoliť vhodný komunikačný štýl podľa situácie, publika a cieľa komunikácie. Profesijné kompetencie: Študenti predmetu budú schopní strategicky využívať komunikáciu pri riadení ľudí, tímov a procesov. Budú vedieť aktívne počúvať, podávať spätnú väzbu, riešiť konfliktné situácie a komunikovať rozhodnutia v súlade s princípmi efektívnej manažérskej komunikácie. Získajú kompetencie na vytváranie dôveryhodného imidžu, budovanie vlastnej značky a profesionálne vystupovanie navonok i vo vnútri organizácie. Ovládnu princípy diplomatického správania a spoločenskej etikety v profesijných vzťahoch. Prenositelné kompetencie: Študenti si rozvinú schopnosti efektívne komunikovať naprieč rôznymi prostrediami – v tíme, s nadriadenými, klientmi i verejnosťou. Získajú zručnosti v oblasti argumentácie, empatie, riešenia problémov a zvládania stresových komunikačných situácií. Osvoja si princípy jasného vyjadrovania, presviedčania a adaptácie komunikačných štýlov. Ich schopnosť počúvať, reagovať a vystupovať profesionálne bude uplatniteľná v širokom spektre manažérskych aj medziľudských situácií.	

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do komunikácie. Komunikačný proces a model.
2. Verbálna komunikácia a jej zložky.
3. Neverbálna a paraverbálna komunikácia a ich zložky.
4. Komunikácia v organizácii (verbálna, neverbálna).
5. Vedenie rozhovorov.
6. Zásady spoločenského a diplomatického protokolu.
7. Komunikačné technológie a digitálna komunikácia.
8. Komunikácia na pracovnej porade.
9. Tvorba vlastnej značky a sebareprezentácia.
10. Komunikačné bariéry a konflikty.
11. Asertívna komunikácia, empatia a argumentácia.
12. Prezentačné zručnosti a prezentačné nástroje.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. GBUROVÁ, J., MUDRÍK, M. 2016. *Komunikácia v manažmente - vybrané oblasti*. Prešov: Bookman, 2016. 104 s. ISBN 978-80-8165-163-2.
2. JÍLEK, D. 2024. *Efektívni komunikace*. Powerprint. 116 s. ISBN 978-80-7568-723-4.
3. NAGYOVÁ, L. a kol. 2020. *Manažérska komunikácia*. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre. 215 s. ISBN 978-80-552-2214-1.
4. PETRONIO, S., CHILD, J.T., HALL, R. D. 2021. Communication privacy management theory: Significance for interpersonal communication. In *Engaging theories in interpersonal communication*. pp. 314-327. Routledge.
5. RAMAJ, M., CZARNECKI, P. 2020. Komunikácia v pedagogickej praxi manažéra. In *Humanum. Międzynarodowe Studia Społeczno-Humanistyczne*, roč. 2, č. 37, s. 155-174.
6. SZARKOVÁ, M. 2018. *Komunikácia v manažmente*. Wolters Kluwer. 240 s. ISBN 978-80-7598-184-4.
7. ZERFASS, A., VOLK, S.C. 2018. How communication departments contribute to corporate success: The communications contributions framework. In *Journal of Communication Management*, roč. 22, č. 4. s. 397-415. ISSN 1478-0852.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 13

iné: vypracovanie zadani: 21

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/23/25	Názov predmetu: Manažment a manažérske kompetencie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester: 5.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: Základy manažmentu	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani počas semestra podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadani. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent predmetu získa komplexný prehľad o manažérskych kompetenciách, ich praktickom využití a rozvoji, ako aj o rôznych aspektoch manažérskej práce, ktoré mu umožnia byť efektívnym a úspešným manažérom v rôznych organizačných prostrediach. Zručnosti: Študent, ktorý absolvuje predmet získa zručnosti v oblastiach ako: efektívne riadenie tímov, rozpoznávanie a rozvoj vlastných manažérskych kompetencií, motivovanie a vedenie zamestnancov, vytváranie a udržiavanie pozitívnej firemnej kultúry, prispôbovanie manažérskych štýlov rôznym situáciám, riadenie času a zvládanie stresu, efektívne riešenie problémov a rozhodovanie. Profesijné kompetencie: Študent, ktorý absolvuje predmet získa kľúčové profesijné kompetencie, ktoré mu umožnia efektívne vykonávať manažérsku prax v rôznych organizačných a profesionálnych kontextoch. Tieto kompetencie zahŕňajú rozhodovacie schopnosti, vedenie tímu, komunikáciu, rozvoj a implementáciu strategických plánov, riadenie zmien, riešenie problémov, časový manažment, a ďalšie zručnosti, ktoré prispievajú k úspešnému a udržateľnému rozvoju organizácie. Prenositelné kompetencie: Študent, ktorý absolvuje predmet si rozvinie zručnosti, ktoré sú nielen dôležité pre manažérsku prax, ale sú aj veľmi cenné v rôznych profesijných a pracovných situáciách. Tieto kompetencie môžu študentom pomôcť uspieť v rôznych oblastiach, od tímovej práce až po vedúce pozície v rôznych typoch organizácií.	
Stručná osnova predmetu: - Definícia, história, význam, klasifikácia a životný cyklus manažérskych kompetencií. - Manažér - profil, role, kompetencie. - Osobnosť, orientácia, motivácia manažéra a tvorba motivačného prostredia.	

4. Zručnosti manažérov ich definícia, význam a členenie.
5. Osobnostné zručnosti manažérov.
6. Kľúčové zručnosti manažérov- kreativita a inovácie, emocionálna inteligencia, sieťovanie a vytváranie vzťahov, zameranie na výsledky, talenty.
7. Schopnosti manažérov ich definícia, význam a členenie.
8. Manažérske štýly a vodcovstvo.
9. Kde a ako sa rozvíjajú manažérske kompetencie?
10. Efektívne riadenie tímov, skupinová dynamika, skupinové roly.
11. Vplyv manažérskych kompetencií na tvorbu produktívneho pracovného prostredia.
12. Rovnováha medzi prácou a osobným životom.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. BERESECKÁ, J. a kol. 2023. *Marketing cestovného ruchu*. 1.vyd. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita. 218 s. ISBN 978-80-552-2595-1.
2. BERESECKÁ J. a kol. 2023. Education and socially responsible management as an effective communication tool in local self-governement. In *Forum scientiae oeconomia*, roč. 11, č. 2, s. 197-210. ISSN 2300-5947.
3. HRONEC, M. 2023. Management qualification and responsible management in local government. In *Computational science and its applications - ICCSA 2023*. 1.vyd. 544 s. ISSN 0302-9743. ISBN 978-3-031-36807-3. International conference on computational science and its applications, s. 491-515. Dostupné na internete: https://doi.org/10.1+007/978-3-031-36808-0_36.
4. KUBEŠ M. a kol. 2004. *Manažérske kompetence*. Praha: Grada Publishing. ISBN: 978-80-247-0698-6.
5. NAGYOVÁ, L. a kol. 2020. *Manažérska komunikácia*. 2. nezmenené vyd. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita. 215 s. ISBN 978-80-552-2214-1.
6. SZARKOVÁ M. 2018. *Komunikácia v manažmente*. Wolters Kluwer. ISBN 9788075981844.
7. ŠAJBIDOROVÁ a kol. 2018. *Organizácia manažérskej práce*. ISBN 978-80-552-1916-5.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

120 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 39

samoštúdium: 32

iné: spracovanie úloh (zadani): 49

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. Ing. Janka Beresecká, PhD., MSc.; Ing. Martina Hudecová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/24/25	Názov predmetu: Manažment informačných technológií v turizme a hotelierstve
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani počas semestra podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 50% písomná skúška, 50% spracovanie zadani. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent si osvojí základný pojmový aparát z problematiky manažmentu informačných technológií a informačných systémov v turizme a hotelierstve. Oboznámi sa s princípmi manažérského riadenia podnikových procesov a informačných systémov. Študent nadobudne poznatky o tom, ako systematicky plánovať, implementovať a monitorovať procesy, technológie a informačné systémy. Zručnosti: Študent dokáže analyzovať informačné potreby na rôznych úrovniach riadenia a riešiť úlohy spojené s výberom a implementáciou informačných systémov. Praktické cvičenia zahŕňajú aj prácu s pokročilým softvérovým nástrojom, ktorý umožňuje vizualizáciu, modelovanie a optimalizáciu komplexných podnikových štruktúr, čím sa rozvíja systematický prístup k riešeniu reálnych problémov podnikov. Profesijné kompetencie: Študent je odborne spôsobilý riešiť praktické úlohy v oblasti zavádzania, uplatňovania a manažmentu informačných technológií v turizme a hotelierstve. Je schopný aplikovať získané vedomosti na riešenie reálnych problémov v podnikových podmienkach. Prenositelné kompetencie: Študent si osvojí kľúčové zručnosti pre podnikové prostredie, vrátane efektívnej komunikácie, analytického myslenia a tímovej spolupráce. Získa praktické skúsenosti s tvorbou a prezentáciou vlastných návrhov, čo ho pripraví na riešenie reálnych problémov a implementáciu navrhnutých riešení.	
Stručná osnova predmetu: - Informácia a práca s informáciami v podniku. - Informačné a komunikačné technológie v podniku. - Podnikové informačné systémy. - Životný cyklus vývoja informačného systému. - Analýza požiadaviek zainteresovaných strán pri tvorbe informačného systému. - Rámce a metodiky vývoja informačného systému. - Metodiky projektového riadenie vývoja informačného systému.	

8. Informačný manažment.
9. Správa informačných systémov v podniku.
10. Digitalizácia v turizme a hotelierstve.
11. Služby v oblasti informačných technológií v turizme a hotelierstve.
12. Inovácie informačných systémov v turizme a hotelierstve.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. BUCHALCEVOVÁ, A. 2005. *Metodiky vývoje a údržby informačných systémů*. Praha: GRADA. ISBN 80-247-1075-7.
2. DOHNAL, J., POUR, J. 1997. *Architektury informačních systémů*, EKOPRESS. ISBN 80-86119-02-5.
3. GAJDOŠÍK, T., GAJDOŠÍKOVÁ, Z., MARČEKOVÁ, R. 2017. *InForma:čné technológie v cestovnom ruchu*. 2017. Bratislava: Wolters Kluwer, 2017. ISBN 978-80-8168-587-3.
4. HITTMÁR, Š., LENDEL, V., KUBINA, M. 2013. *Podnikové informačné systémy*. Žilina: EDIS. ISBN 978-80-554-07128.
5. KOMAN, G., BORŠOŠ, P. 2025. *Základy modelovania podnikovej architektúry v jazyku ArchiMate*, 1. vyd. Žilinská univerzita v Žiline/EDIS-vydavateľstvo UNIZA 2025. 172 s. ISBN 978-80-554-2189-6.
6. KOMAN, G. – BORŠOŠ, P. 2023. *Skriptá k predmetu Podnikové informačné systémy: Prvá časť – Framework ArchiMate s využitím nástroja ADO IT*, 2023, 1. vyd. – Žilina: EDIS vydavateľstvo UNIZA, 91 s., ISBN: 978-80-554-2041-7.
7. ŘEPA, V. 2007. *Podnikové procesy: procesní řízení a modelování*. Praha: GRADA. 2007. ISBN 978-80-247-2252-8.
8. SODOMKA, P. 2006. *Informační systémy v podnikové praxi*. Brno. Computer Press. 2006. ISBN 80-251-1200-4.
9. ŠEŠERA, L., GREC, P., NÁVRAT, P. *Architektúra softvérových systémov*, STU Bratislava, ISBN 978-80-227-3546-9.
10. ŠUJANOVÁ, J. VÝBOCH, J., REŠETOVÁ, K. 2007. *Informačný manažment*. 1. vyd. Bratislava : STU v Bratislave, 2007. 216 s. Dostupné na internete: <https://sweb.mtf.stuba.sk>. ISBN 978-80-227-2602-3.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

90 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 39

samoštúdium: 21

iné: spracovanie úloh zadani: 30

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Martin Halmo, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/25/25	Názov predmetu: Manažment kvality v službách
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 3	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: • Podmienkou pristúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadaní počas semestra podľa pokynov vyučujúceho. • V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou pristúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadaní podľa pokynov vyučujúceho a skúšajúceho. • 100% záverečné hodnotenie – 60% písomná skúška, 20 % záverečný projekt a prezentácia, 20% spracovanie zadaní. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: 1. Vedomosti: Študent predmetu sa zorientuje vo vednom odbore a v terminológii, v súvislosti s manažmentom kvality. Pozná najvýznamnejšie vedecké prístupy z minulosti kvality, ale aj najnovšie súčasné trendy zamerané na základy kvality. Študent získava základný pojmový aparát z problematiky manažmentu kvality a ovláda podstatu základných teórií amerického a japonského prístupu ku kvalite. Študent získa prehľad o kľúčových problémoch vo všetkých odvetviach, kde sa manažment kvality implementuje. Danými oblasťami manažmentu kvality sa zaoberá pri skúmaní efektívnosti a vplyvu kvality na zlepšovanie procesov. Študent porozumie logike tvorby základných strategických dokumentov zameraných na kvalitu a súčasne je informovaný o základnom rámci využívania teoretických poznatkov a ich aplikácií v praxi vo sfére manažmentu kvality. 2. Zručnosti: Študent dokáže uplatňovať základné princípy selekcie údajov a kritického myslenia. Je schopný aplikovať teoretické poznatky pri riešení konkrétnych zadaní. Je schopný využiť metódy a techniky manažérstva kvality. Študent si osvojil základné informácie potrebné na to, aby rozumel základným vzťahom a súvislostiam medzi procesmi v systéme manažérstva kvality. Študent vie samostatne zhodnotiť základné problémy v kontexte na potreby praxe a je schopný robiť analýzy základných procesov v procesnom modeli systému manažmentu kvality. Študent je schopný formulovať relevantné závery, vie pracovať so základnými pojmami, ako je napr. manažment kvality, systém kvality, 7 základných nástrojov, PDCA cyklus a pod. Študent je schopný aplikovať základné vedomosti pri analyzovaní aktuálnych tém v predmetnej oblasti v kontexte na potreby praxe. 3. Profesijné kompetencie: Študent je odborne spôsobilý pre vytváranie mapy procesov a karty procesu a pre využitie základných nástrojov manažérstva kvality. Študent získal schopnosti orientácie v širokej škále teoretických prístupov k riešeniu praktických otázok, týkajúcich sa plánovania, organizovania, kontroly a zlepšovania v systéme manažérstva kvality a súčasne sa orientuje v základných princípoch a vzťahoch. Študent je schopný aplikovať získané vedomosti	

v rámci ďalších odborných predmetov, ako sú napr. Nástroje a metódy zlepšovania kvality, Manažment kvality v priemyselných podnikoch, Manažment kvality v službách, ale i v predmetoch zameraných na Marketing, Ľudské zdroje a Logistiku, ktoré sú súčasťou bakalárskeho stupňa štúdia. Študent je pripravený získané vedomosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia prostredníctvom vypracovávania zadani a riešenia konkrétnych úloh z praxe zadaných pedagógom a od zazmluvnených partnerov. 4. Prenositel'ne kompetencie: Študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti, analytické schopnosti, schopnosť riešiť problémy, efektívne využívať kreatívne techniky v predmetnej oblasti, organizovanie a plánovanie práce, schopnosť prijímať rozhodnutia a niesť zodpovednosť za výstupy z riešení konkrétnych úloh, strategické a koncepčné myslenie, analytické myslenie, digitálna gramotnosť, tímovú prácu pri riešení konkrétnych úloh v rámci cvičení, analyzovanie a riešenie problémov prostredníctvom nástrojov a metód manažérstva kvality, kultivovaný a odborný písomný i ústny prejav, pružnosť v myslení (adaptabilita, flexibilita, improvizované spôsobilosti), schopnosť selekcie údajov, vytváranie literárnych rešerš a správnej interpretácie prevzatých informácií.						
Stručná osnova predmetu: 1. Podstata manažmentu kvality v službách. 2. Historický vývoj manažmentu kvality. 3. Filozofie manažmentu kvality a ich vplyv na organizáciu. 4. Procesný prístup v manažmente kvality. 5. Meranie kvality služieb. 6. Zákaznícka spokojnosť a jej analýza. 7. Budovanie systému manažment kvality v organizáciách. 8. Charakteristika vybraných metód manažérstva kvality. 9. Plánovanie a zlepšovanie kvality služieb. 10. Kontrola a udržateľnosť kvality služieb. 11. Technológie v manažmente kvality. 12. Ceny manažérstva kvality doma i v zahraničí. 13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.						
Odporúčaná literatúra: 1. ČAPOŠOVÁ, E.. 2023. <i>Základy manažmentu kvality</i>. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2023. 154 s. ISBN 978-80-572-0370-4. 2. JURAN, J.M. 1988. <i>Quality Confrol Handbook</i>. New York: McGrawHill, 1988. 3. KAPSDORFEROVÁ, Z., ŠVIKRUHOVÁ, P. 2012. <i>Manažment kvality</i>. Nitra: Vydavateľstvo SPU v Nitre, 167 s. ISBN 978-80-552-2230-1. 4. MASAKI, I. 2004. <i>KAIZEN, Total Productive Maintenance Total Quality Control, The New Seven Kamban</i>. Brno: Computer Press, 2004, ISBN 80-251-0461-3. 5. PAULOVÁ, I. 2018. <i>Komplexné manažérstvo kvality</i>.9 Bratislava: Wolters Kluwer, 2018, 160 s. ISBN 9788081688348. 6. <i>Perspektivy kvality: odborný časopis vydávaný ČSJ a SSK</i>, www.csq.cz/casopis-perspektivy-kvality. 7. Normy ISO. 8. Národný program kvality SR na aktuálne obdobie.						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk						
Poznámky - časová záťaž študenta: 120 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, C): 39 samoštúdium: 32 iné: spracovanie zadaní: 49						
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov:						
A	B	C	D	E	FX	

Vyučujúci: Ing. Stanislava Honzová, PhD.; Ing. Jozef Kučera, PhD., MSc.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/26/25	Názov predmetu: Manažment ľudských zdrojov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: • Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. • V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho. • 100% záverečné hodnotenie – 60% písomná skúška, 40% spracovanie zadani na cvičení. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: 1. Vedomosti: Študent získa prehľad o princípoch, úlohách a procesoch manažmentu ľudských zdrojov v organizáciách. Porozumie subjektom zapojeným do riadenia ľudských zdrojov, princípom analýzy práce, plánovania, získavania a výberu zamestnancov. Osvojí si teoretické poznatky o rozvoji a riadení kariéry, hodnotení pracovného výkonu, odmeňovaní a pracovných vzťahoch. Získa znalosti o pracovných podmienkach, BOZP a legislatívnych aspektoch riadenia ľudských zdrojov. 2. Zručnosti: Študent dokáže prakticky aplikovať metódy analýzy práce a projektovania pracovných miest. Bude schopný plánovať a realizovať procesy získavania, výberu a adaptácie zamestnancov. Osvojí si metódy hodnotenia pracovného výkonu, riadenia vzdelávania a kariérneho rastu zamestnancov. Získa schopnosť navrhovať a implementovať efektívne systémy odmeňovania a pracovných podmienok s dôrazom na motiváciu zamestnancov. 3. Profesijné kompetencie: Študent je odborne spôsobilý pre analýzu uplatňovania jednotlivých funkcií manažmentu ľudských zdrojov v konkrétnych podmienkach, je schopný vyhodnotiť situáciu a navrhnúť opatrenia pre zlepšenie aktuálneho stavu. 4. Prenositel'né kompetencie: Študent si osvojí analytické, strategické a rozhodovacie schopnosti potrebné pre prácu v oblasti riadenia ľudských zdrojov. Získa schopnosť riešiť problémy súvisiace s pracovnými vzťahmi, pracovnými podmienkami a bezpečnosťou práce. Bude vedieť kriticky myslieť, flexibilne sa prispôsobovať meniacim sa podmienkam na trhu práce a efektívne riadiť ľudské zdroje v rôznych typoch organizácií.	
Stručná osnova predmetu: 1. Postavenie, úlohy a obsah riadenia ľudských zdrojov v manažmente organizácií. Subjekty, ktoré sa podieľajú na riadení ľudských zdrojov. 2. Analýza práce a projektovanie pracovných miest. 3. Plánovanie ľudských zdrojov. 4. Získavanie zamestnancov.	

5. Výber zamestnancov.
6. Rozmiestňovanie zamestnancov (prijímanie a adaptácia nových zamestnancov, skončenie pracovného pomeru).
7. Vzdelávanie a rozvoj a riadenie kariéry zamestnancov.
8. Hodnotenie pracovného výkonu.
9. Systém odmeňovania zamestnancov, mzdový systém, mzdové formy.
10. Podstata a význam pracovných vzťahov.
11. Pracovné podmienky, časové podmienky práce, pracovné prostredie.
12. Bezpečnosť práce a ochrana zdravia.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. BERTOŤOVÁ, D. a kol. 2022. *Manažment ľudských zdrojov - výzvy a trendy*. Prešov: Bookman. 211 s. ISBN 978-80-8143-487-9.
2. GBUROVÁ, J., LORINCOVÁ, T. 2017. Komunikácia a motivácia v práci manažéra. In *Exclusive journal: economy and society and environment*, roč. 5, č. 3. s. 83-89. ISSN 1339-0260,
3. JONIAKOVÁ, Z. a kol. 2016. *Riadenie ľudských zdrojov*. Bratislava: Wolters Kluwer. 456 s. ISBN 978-80-8168-532-3.
4. 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.
5. KACHAŇÁKOVÁ, A., NACHTMANNOVÁ, O., JONIAKOVÁ, Z. 2011. *Personálny manažment*. Bratislava: Iura Edition, 2011. 235 s. ISBN 978-80-8078-192-7.
6. LORINCOVÁ, T., GBUROVÁ, J. 2017. *Psychické vyčerpanie a stres manažérov*. Prešov : Bookman. 87 s. - ISBN 978-80-8165-265-3.
7. SOJKA, L. a kol. 2021. *Medzinárodné riadenie ľudských zdrojov*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove. ISBN 978-80-555-2701-7.
8. SOJKA, L. a kol. 2016. *Riadenie ľudských zdrojov v etape globalizácie. Medzinárodný manažment ľudských zdrojov*. Prešov: Bookman, ISBN 978-80-8165-127-4.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

120 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 39

samoštúdium: 32

iné: spracovanie zadání: 49

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Jaroslava Gburová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/27/25	Názov predmetu: Manažment rizík v turizme
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 60% písomná skúška, 40% spracovanie zadani na cvičení. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študenti získajú teoretické a praktické poznatky z oblasti rizík v turizme a ich riadenia. Osvoja si základnú terminológiu, princípy a metódy hodnotenia rizík v turistických destináciách. Budú rozumieť vzťahu medzi bezpečnosťou a udržateľným rozvojom turizmu, ako aj vplyvu neistoty a rizika na rozhodovacie procesy. Oboznámia sa s matematickými modelmi analýzy rizík, klasifikáciou rizík v turizme a stratégiami ich manažmentu. Získajú tiež prehľad o psychológii rizika, jeho vnímaní turistami a profesionálmi v cestovnom ruchu. Zručnosti: Študenti si osvoja schopnosť identifikovať, analyzovať a kvantifikovať riziká v turizme. Naučia sa efektívne riadiť riziká spojené s prírodným prostredím, pracovným prostredím a bezpečnosťou turistov. Získajú schopnosť implementovať stratégie prevencie a minimalizácie rizík v rôznych oblastiach cestovného ruchu. Taktiež si rozvinú kritické myslenie pri hodnotení bezpečnostných opatrení a udržateľnosti v turizme. Profesijné kompetencie: Študenti budú schopní aplikovať teoretické poznatky o rizikách v praktických podmienkach turizmu a turistického manažmentu. Budú vedieť vypracovať a zavádzať bezpečnostné protokoly a stratégie riadenia rizík v destináciách. Získajú kompetencie potrebné na posudzovanie rizík v rozhodovacích procesoch a formulovanie odporúčaní pre zlepšenie bezpečnosti turistických aktivít. Ich schopnosť riešiť krízové situácie a rozhodovať v podmienkach neistoty im umožní efektívne prispievať k rozvoju bezpečného a udržateľného turizmu. Prenositelné kompetencie: Absolvovaním predmetu si študenti rozvinú analytické a kritické myslenie pri riešení otázok bezpečnosti a rizík v rôznych oblastiach. Získajú schopnosť uvažovať v širšom kontexte a prijímať rozhodnutia s ohľadom na dlhodobé dôsledky rizikových faktorov. Osvoja si efektívne komunikačné a argumentačné schopnosti pri prezentovaní rizikových analýz a bezpečnostných stratégií. Budú vedieť pracovať v tíme a spolupracovať s odborníkmi z rôznych oblastí pri riešení komplexných problémov v turizme.	

Stručná osnova predmetu:

1. Základná terminológia rizika v turizme.
2. Význam bezpečnosti pre udržateľný rozvoj turizmu.
3. Neurčitost, neistota a rizika a ich vzájomný vzťah.
4. Matematická podstata teórie rizík.
5. Definícia termínu riziko a funkcia na jeho komplexné vyjadrenie.
6. Klasifikácia rizík.
7. Manažment rizík, ich posudzovanie a riadenie.
8. Riziká rozhodovacích procesov.
9. Riadenie v podmienkach rizika.
10. Riziká povolání.
11. Psychológia rizika.
12. Riziká v jednotlivých prostrediach s dôrazom na prírodné prostredie.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. FILIP, S., ŠIMÁK, L., KOVÁČ, M. 2011. *Manažment rizika*. Bratislava: Sprint dva, 199 s. ISBN 978-80-89393-49-7.
2. FOTR, J. DĚDINA, J., HRUZOVÁ, H. 2007. *Manažérské rozhodování*. Praha: EKOPRES. ISBN: 80-86119-20-3.
3. HAVIERNIKOVÁ, K. 2022. *Manažment rizik malých a středných podnikov a klastrová spolupráca*. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. ISBN: 978-80-7454-982-2.
4. MOŠOVÁ, E., BUGANOVÁ, K. 2023. Udržateľnosť podnikania ako výzva súčasného podnikateľského prostredia v kontexte manažmentu rizík. In *Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci*, roč. 7, č. 17. Žilinská Univerzita v Žiline: Fakulta bezpečnostného inžinierstva. ISSN 1338-2691.
5. RITCHIE, B.W., JIANG, Y. 2021. Risk, crisis and disaster management in hospitality and tourism: a comparative review. In *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, roč. 33, č. 10. ISSN 3465-3493.
6. VALERI, M., et al. 2022. *Tourism risk: Crisis and recovery management*. Emerald Publishing Limited. ISBN 978-1-80117-708-5.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

120 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 39

samoštúdium: 32

iné: spracovanie zadání: 49

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Jaroslava Gburová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/28/25	Názov predmetu: Manažment verejných politík
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je 80 % účasť na seminároch a vypracovanie projektu počas semestra podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške nutná minimálne 50% účasť na cvičeniach a vypracovanie zadania podľa uváženia vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 100 % vypracovanie zadania/projektu. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v%): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent získa vedomosti zo základnej charakteristiky verejnej politiky v podmienkach Slovenskej republiky. Oboznámi sa z procesom tvorby verejnej politiky na všetkých úrovniach (národnej, regionálnej a komunálnej), bude vedieť definovať postavenie a kompetencie aktérov tvorby verejnej politiky. Študent nadobudne poznatky o možnostiach riadenia verejnej politiky v kontexte využívania foriem občianskej participácie so zreteľom na tvorbu participatívneho rozpočtu v mestách a samosprávnych krajoch. V neposlednom rade sa študent zorientuje v problematike mládežníckej politiky a jej formami využívanými v praxi. Zručnosti: Študent dokáže pracovať so základnými pojmami (verjená politika, proces tvorby verejnej politiky, komunálna politika, občianska participácia, participatívny rozpočet, mládežnícka politika), bude schopný vedomosti aplikovať v praktickej rovine pri vypracovaní projektu/zadania a formulovať relevantné závery. Profesijné kompetencie: Študent bude odborne spôsobilý posudzovať možnosti riadenia verejných politík v praxi, najmä na komunálnej a regionálnej úrovni. Študent bude schopný riadiť mládežnícke organizácie a aktívne sa zapájať rôznymi spôsobmi občianskej participácie do verejného rozhodovania na miestnej a regionálnej úrovni. Študent bude schopný využiť získané vedomosti aj v štúdiu ďalších odborných predmetov v rámci štúdia, ako aj bude pripravený získané vedomosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia. Prenositelné kompetencie: Študent predmetu si osvojí/upevní občianske kompetencie, organizovanie a plánovanie práce, princípy timovej práce, komunikačné zručnosti, digitálnu gramotnosť, resp. kultivovaný a odborný písomný i ústny prejav.	
Stručná osnova predmetu: - Mládežnícka politika na miestnej úrovni - úvod do problematiky. - Mladí ľudia ako aktéri tvorby verejnej politiky.	

3. Definícia riadenia verejných politík. Typológia verejných politík.
4. Implementácia verejnej politiky z pohľadu študentov.
5. Aktéri tvorby verejnej politiky, ich postavenie a kompetencie.
6. Mládež ako aktér tvorby verejnej politiky.
7. Proces tvorby verejných politík na miestnej a regionálnej úrovni.
8. Proces tvorby verejnej politiky z pohľadu študentov.
9. Možnosti občianskej participácie na tvorbe verejných politík.
10. Zapojenie mladých ľudí na správe vecí verejných.
11. Proces tvorby participatívneho rozpočtu na miestnej a regionálnej úrovni
12. Zapojenie mladých ľudí do tvorby participatívneho rozpočtu.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. BARDOVIČ, J. a kol. 2019. Komunálna samospráva na Slovensku optikou verejnej politiky. Trnava: UCM v Trnave. 113 s. 978-80-572-0022-2.
2. HOGHOVÁ, K. 2020. Región v štruktúre územnej samosprávy. In: *Sociálne vedy z perspektívy mladých vedeckých pracovníkov 4. : zborník príspevkov*. Trnava : Fakulta sociálnych vied, 2020, s. 135-148. ISBN 978-80-8105-961-2.
3. KLIMOVSKÝ, D. 2020. *Participatívne procesy v praxi: čítanka participatívnej tvorby verejných politík*. Bratislava: Ministerstvo vnútra SR, 2020. 429 s. ISBN 978-80-89051-63-2.
4. MALÍKOVÁ, L. DAŠKO, M. 2018. *Verejná politika*. Trnava: Fakulta sociálnych vied UCM v Trnave. 186 s. ISBN 978-80-8200-021-7.
5. MIHÁLIKOVÁ, J., HANEČÁKOVÁ M., JAMBRICHOVÁ J. 2018. *Čítanka pre samosprávy. Mládežnícka politika na miestnej úrovni*. Bratislava: Iuventa – Slovenský inštitút mládeže. ISBN 80-8072-043-6.
6. MIKOVÁ, K., ŽILINSKÁ, M., FIALOVÁ, Z. *PARTICIPOVAŤ? PARTICIPOVAŤ! učebnica participatívnej tvorby verejných politík*. Bratislava: Ministerstvo vnútra Slovenskej republiky. 175 s. ISBN 978-80-89051-54-0.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 13

iné: vypracovanie zadania (projektu): 21

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Kristína Melušová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/29/25	Názov predmetu: Marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 52 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie semestrálnych zadaní podľa stanovenej témy, rozsahu a časového harmonogramu. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadaní podľa stanovenej témy, rozsahu a časového harmonogramu. 100% záverečné hodnotenie – skúška 60 %, spracovanie zadaní na cvičeniach 40%. Klasifikačný stupeň je určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: študent predmetu získava základný pojmový aparát z marketingovej teórie, nadobudne prehľad o interakcii marketingového informačného systému a marketingového výskumu, oboznámi sa so základnou charakteristikou spotrebiteľských trhov a modelom nákupného správania organizácii, študent je informovaný o štruktúre marketingového a komunikačného mixu, vysvetlia sa mu všeobecné platné zásady medzinárodného marketingu a aplikácie procesov marketingového auditu v praxi, študent nadobudne poznatky o etike v marketingu a vzťahu marketingu smerom k ľudskej spoločnosti. Zručnosti: študent dokáže uplatňovať základné zručnosti pri marketingovom rozhodovaní a vykonávaní jednotlivých marketingových aktivít podniku, študent je schopný využiť metódy a techniky marketingového výskumu, študent je schopný realizovať analýzy základných procesov marketingového prostredia a nákupného správania spotrebiteľov na trhu konečných spotrebiteľov, organizácií a vlád, vie pracovať so základnými pojmami marketingovej terminológie, je schopný aplikovať zručnosti pri rozhodovaní o marketingovom inštrumentáriu podniku. Profesijné kompetencie: študent vie zostaviť situačnú analýzu podniku a identifikovať konkurenčnú výhodu podniku na trhu, dokáže prezentovať získané poznatky marketingových a komunikačných aktivít a nástrojov, študent je schopný navrhnúť produktovú, cenovú, distribučnú a komunikačnú stratégiu podniku, získa schopnosti orientovať sa v nových trendoch marketingovej komunikácie, študent je schopný aplikovať získané vedomosti v rámci ďalších odborných predmetov v rámci štúdia – napr. Regionálny marketing, študent je pripravený získať vedomosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia v marketingovom riadení turistických atrakcií a hotelov. Prenositelné kompetencie: študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti a komunikačné kompetencie v interakcii so zákazníkom, dokáže analyzovať a riešiť problémy v rámci vplyvov	

marketingového prostredia na podnik a zákazníka, nadobudne prezentačné kompetencie, digitálne kompetencie a schopnosť pracovať v tíme, je schopný prijímať rozhodnutia a nieť zodpovednosť za realizáciu marketingového plánu v praxi, dokáže efektívne využívať kreatívne techniky pri tvorbe kampaní turistických atrakcií a hotelov, dokáže riadiť komplexné marketingové zadania a vyvodzovať z nich závery.

Stručná osnova predmetu:

1. Základné teoreticko-metodologické východiská marketingu.
2. Teórie potrieb a ich uplatnenie v marketingu.
3. Nákupné správanie na trhu konečných spotrebiteľov, organizácií a vládnych trhoch.
4. Proces segmentácie trhu a výber cieľových skupín zákazníkov.
5. Tvorba marketingového informačného systému, úvod do marketingového výskumu.
6. Marketingové prostredie podniku a jeho vplyv na marketingové plánovanie.
7. Marketingový mix., produkt, produktové stratégie, cena, cenové stratégie, distribučná politika, vybrané typy distribučných stratégií.
8. Podstata a nástroje marketingovej komunikácie. Marketingová komunikácia na internete.
9. Nástroje rozšíreného marketingového mixu.
10. Marketingový audit.
11. Medzinárodný marketing.
12. Etika v marketingu. Spoločenská zodpovednosť marketingu.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. ALIOVÁ, M. 2003. *Efektívny marketing*. Praha: Slovart, 2003. 72 s. ISBN 978-80-7145-650-0.
2. ARMSTRONG, G., KOTLER, Ph., OPRESNIK, M. O. 2019. *Marketing: An Introduction*. London: Pearson, 2019. 680 s. ISBN 978-12-9229-486-5.
3. CIBÁKOVÁ, V., BARTÁKOVÁ, G., RÓZSA, Z. 2005. *Úvod do teórie marketingu*. Bratislava: Merkury, 2005. 164 s. ISBN 978-80-89143-23-7.
4. FORET, M. 2006. *Marketingová komunikácia*. Brno: Computer Press, 2006. 443 s. ISBN 978-80-251-1041-9.
5. GANOBČÍK, J., LUKÁČ, M., ČAPOŠOVÁ, E., LITOMERICKÝ, J., PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ, G. 2024. Influence of communication infrastructure on visitation of selected UNESCO locations. In: *International Journal of Religion*, 2024. 5(2), pp. 213-233.
6. GBUROVÁ, J., LUKÁČ, M. 2024. *Marketing*. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2024, 164 s. ISBN 978-80-572-0475-6.
7. KARLÍČEK, M. a kol. 2018. *Základy marketingu*. Praha: Grada, 2018. 288 s. 978-80-2475-869-5.
8. KUPEC, V., LUKÁČ, M., ŠTARCHOŇ P., PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ, G. 2020. Audit of museum marketing communication in the modern management context. In: *International Journal of Financial Studies: international, peer-reviewed, scholarly open access journal*. Vol. 8, č. 3 (2020), pp. 1-13. ISSN 2227-7072.
9. KUPEC, V., PÍSAŘ, P., LUKÁČ, M., PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ, G. 2021. Conceptual comparison of internal audit and internal control in the marketing environment. In: *Sustainability*. Roč. 13, č. 12. 1-18. ISSN 2071-1050.
10. KOTLER, Ph. 2013. *Marketing Management*. Praha: Grada Publishing, 2013. 816 s. ISBN 978-80-247-4150-5.
11. KUMAR, N. 2008. *Marketing jako strategie vedoucí k úspěchu*. Praha: Grada Publishing, 2008. 240 s. ISBN 978-80-247-2439-3.
12. LUKÁČ, M., KUPEC, V., PÍSAŘ, P., ŠTARCHOŇ, P. 2021. The interaction between the marketing communications audit and visitors in museum facilities. In: *Communication Today*. Vol. 12, No. 1 (2021), pp. 80-94.
13. LUKÁČ, M., MIHÁLIK, J. 2018. Data Envelopment Analysis - a Key to the Museums' Secret Chamber' of Marketing? In: *Communication Today*. Vol. 9, no.2 (2018), pp. 106-117. ISSN 1338-130X.
14. MATÚŠ, J., ĎURKOVÁ, K. 2012. *Moderný marketing*. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2012. 272 s.

ISBN 978-83-7729-184-9. 15. PŘIKRYLOVÁ, J., JAHODOVÁ, H. 2010. <i>Moderní marketingová komunikace</i> . Praha: Grada, 2010. 303 s. ISBN 978-80-2473-622-8.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk					
Poznámky - časová záťaž študenta: 180 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, C): 52 samoštúdium: 78 iné: spracovanie zadani na cvičeniach: 50					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.; PhDr. Ján Ganobčík, MSc.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/30/25	Názov predmetu: Matematika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: • Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na cvičeniach • V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške nutná minimálne 50 % účasť na cvičeniach a spracovanie úloh podľa zadania vyučujúceho. • 100% záverečné hodnotenie – 20% aktivita na cvičeniach a 80% písomná skúška. • Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: 1. Vedomosti: Študent nadobudne systematické poznatky z oblasti aplikovanej a teoretickej matematiky, ktoré tvoria základ pre kvantitatívne uvažovanie v technických a ekonomických disciplínach. Bude rozumieť základným matematickým konceptom, ako sú množiny, funkcie, matice, derivácie, integrály a pravdepodobnosť, a ich využitiu pri modelovaní a riešení praktických problémov. Získa poznatky o matematickej štruktúre reálnych javov a bude schopný uplatniť matematické princípy pri analýze údajov a rozhodovaní. 2. Zručnosti: Študent bude schopný efektívne používať matematické metódy a nástroje pri riešení úloh z praxe. Zvládne formulovať problém v matematickej podobe, analyzovať ho a navrhnúť riešenie s využitím vhodných výpočtových a analytických techník. Osvojí si schopnosť pracovať s modelmi, interpretovať získané výsledky a overovať ich platnosť v kontexte daného problému. Bude vedieť využívať matematický aparát pri tvorbe technických a ekonomických analýz. 3. Profesijné kompetencie: Študent bude schopný aplikovať matematické myslenie v profesionálnom prostredí, najmä pri riešení technických, ekonomických a organizačných úloh. Zvládne samostatne analyzovať problémy, identifikovať vhodné matematické prístupy a interpretovať ich výstupy v kontexte rozhodovacích procesov. Dokáže matematicky argumentovať, presne formulovať hypotézy a kriticky hodnotiť výsledky výpočtov a modelovania. 4. Prenositelné kompetencie: Študent si rozvinie schopnosť logického, analytického a abstraktného myslenia. Bude vedieť pristupovať k problémom systematicky, hľadať efektívne riešenia a argumentovať svoje závery na základe kvantitatívnych údajov. Získa schopnosť pracovať samostatne aj v tíme, využívať odborné zdroje, prezentovať matematické poznatky v zrozumiteľnej forme a prispievať k riešeniu interdisciplinárnych problémov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do matematiky a matematická logika. 2. Teória množín a číselné množiny. 3. Funkcie a ich vlastnosti. 4. Lineárna algebra – matice a determinanty.	

5. Vektory a analytická geometria v rovine a priestore.
6. Základy diferenciálneho počtu.
7. Aplikácie derivácií.
8. Základy integrálneho počtu.
9. Základy diferenciálnych rovníc.
10. Obyčajné diferenciálne rovnice.
11. Základy pravdepodobnosti.
12. Diskrétna matematika a číselné postupnosti.
13. Matematické modelovanie a aplikácie v praxi.

Odporúčaná literatúra:

1. BELAN, A. 2017. Analytická geometria pre tých, ktorí jej potrebujú rozumieť. Vydavateľ, 2017, 108 s. ISBN: 978-80-8143-214-9.
2. CZMMERMANN, P. 2020. Algebra a jej využitie v teórii grafov. 183 s. ISBN: 978-80-5541-738-7.
3. FÁBRY, J. 2011. Matematické modelování. Vydavateľ, 2011, 180 s. ISBN: 978-80-7431-066-99.
- SPISAK, E. 2000. Matematické modelovanie a simulácia technologických procesov. Vydavateľ, 2000, 156 s. ISBN: 80-7099-530-0.
4. HRON, K. a KUNDEROVÁ, P. 2010. Základy počtu pravdepodobnosti a metod matematickej štatistiky. 2. vydání. Vydavateľ, 2010, 364 s. ISBN: 978-80-2444-774-2.
5. KORBAŠ, J. 2021. Lineárna algebra a geometria I. Vydavateľ, 2021, 236 s. ISBN: 978-80-2235-161-4.
6. MAREŠ J. 2009. Matematická logika. Vydavateľ, 2009. 92 s. ISBN: 978-80-0104-478.
7. NÁNASIOVÁ O. 2016. Štatistika a pravdepodobnosť: základy matematickej štatistiky a teórie pravdepodobnosti. Vydavateľ, 2016, 199 s. ISBN: 978-80-2274-527-7.
8. TURŽÍK, D., PAVLÍKOV P. 2007. Diskrétní matematika. Vydavateľ, 2007, 106 s. ISBN: 978-80-7080- 667-8.
9. VOLAUF, P. 2014. Pravdepodobnosť a matematická štatistika. Vydavateľ, 2014, 203 s. ISBN: 978-80-2274-144-6.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 13

iné: vypracovanie úloh (zadaní): 21

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: Ing. Stanislava Honzová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/31/25	Názov predmetu: Mikroekonómia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 52 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani počas semestra podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho. - Priebežné hodnotenie na úrovni 20% v rámci aktívnej účasti na hodinách, 30% priebežný test a záverečný test na úrovni 50% celkového hodnotenia. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: študent, ktorý absolvuje predmet vie opísať, ako sa určuje výstup a cena na nedokonalých, monopolných a dokonale konkurenčných trhoch, vie identifikovať úrovne produkcie maximalizujúce zisk pomocou kriviek nákladov a výnosov, vie vysvetliť faktory spôsobujúce zmeny v ponuke a dopyte a zmeny v ponúkanom a dopytovanom množstve. Študent pochopí pojem elasticita ponuky a dopytu, vie vysvetliť problematiku regulácie cien v trhovom hospodárstve, rozlišuje medzi rôznymi konceptami celkových, priemerných a hraničných nákladov, vie rozlíšiť celkový a marginálny príjem. Študent pochopí, ako podniky určujú cenu, aké zdroje použijú na výrobu tovaru. Vie posúdiť mieru potrieb štátnych zásahov v ekonomike pre oblasť alokácie, sociálnej redistribúcie a ekonomickej stabilizácie, vrátane dôvodov zlyhávania štátu v kontexte verejnej voľby. Zručnosti: študent vie prepojiť základnú ekonomickú teóriu a princípy so súčasnými mikroekonomickými problémami a zhodnotiť súvisiacu verejnú politiku, vie použiť ekonomické modely na analýzu situácie z hľadiska ekonomiky, Dokáže interpretovať tabuľky, grafy na informovaný úsudok, zdokonalí sa v samostatnej práci aj v skupine. Profesijné kompetencie: študent získa schopnosť orientácie v širokej škále teoretických prístupov k riešeniu praktických otázok, týkajúcich sa rozhodovania spotrebiteľa a výroby firmy. Študent sa orientuje v základných pojmoch, princípoch a modeloch, pochopí širšie sociálne dôsledky ekonomických rozhodnutí a je schopný aplikovať získané vedomosti v rámci ďalších odborných predmetov v rámci štúdia. Prenositelné kompetencie: študent predmetu si rozvinie komunikačné kompetencie, schopnosť organizovania a plánovania práce, schopnosť uplatňovať strategické a koncepčné myslenie, schopnosť prijímať rozhodnutia a niešť zodpovednosť, osvojil si prácu v tíme, rozvinie si digitálnu gramotnosť, je schopný racionálne zhodnotiť priebeh a výsledky vykonávaných aktivít.	
Stručná osnova predmetu: - Ponuka a dopyt na individuálnych trhoch. Prekážky trhovej rovnováhy. - Spotrebiteľské správanie a formovanie dopytu.	

3. Cenová elasticita dopytu. Vplyv zmeny ceny, príjmu (dôchodku) a cien iných statkov na dopyt.
4. Teória produkcie (výroba a náklady).
5. Produkčná a nákladová analýza v krátkom a dlhom období.
6. Príjmy, zisk a optimum firmy.
7. Firma v prostredí dokonalej konkurencie. Rovnováha na dokonale konkurenčnom trhu.
8. Nedokonalá konkurencia a jej formy.
9. Špecifické rysy firiem na trhu nedokonalkej konkurencie.
10. Dôchodky a nerovnosti.
11. Trh výrobných faktorov a ich oceňovanie. Mzdy a trh práce.
12. Alokačná efektívnosť a úloha štátu v ekonomike. Zlyhávajúce štáty a teória verejnej voľby. Problém chudoby a sociálna redistribúcia.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. ČAPLÁNOVA, A. 2022. *Ekonomía*. Bratislava: Wolters Kluwer. 588 s. ISBN 978 80-7676-490-3.
2. Časopisecká literatúra: Ekonomický časopis, Politická ekonomie, Hospodárske noviny, Ekonom, TREND.
3. FENDEKOVÁ, E. a kol. 2009. *Zbierka príkladov z mikroekonómie*. Bratislava: Iura Edition. ISBN 978-80-8078-242-9 14.
4. LISÝ, J. a kol. 2016. *Ekonomía*. Bratislava: Wolters Kluwer. 624 s. ISBN 978-80-755 2275-7.
5. MANKIW, N. G. 2007. *Principles of economics*. 4th ed. Mason: Thomson Higher Education. 896 s. ISBN 9780324224726.336 s. ISBN 9788074005916.
6. MEDVEĎ, J., NEMEC, J. a kol. 2011. *Verejné financie*. Bratislava: Sprint dva Bratislava. 640 s. ISBN 978-80-89393-46-6.
7. PISÁR, P. et al. 2021. Effectiveness of public support for business innovation from EU funds: Case study in Slovakia. In *The NISPAcee journal of public administration and policy*, vol. 14, no. 1, s. 261-283. ISSN 1337-9038.
8. PISÁR, P., ĎURČEKOVÁ, I., STACHOVÁ, M. 2020. The contribution of innovation actors into business R&D funding - Does the substitution effect of public support work in the EU? In: *E&M Economics and Management*. ISSN 1212-3609. Vol. 23, No. 1 (2020), pp. 121-134.
9. SAMUELSON, P. A., Nordhaus, W.D. 2013. *Ekonomie*. 19. vydanie. Bratislava: NS Svoboda. 770 s. ISBN 978-80-205-0629-0.
10. VARIAN, H. L. 2010. *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach*. W.W. Norton & Company, 8th edition. ISBN-13: 978-0393934243.
11. VESELKOVÁ, A., HOLKOVÁ, V. 2020. *Mikroekonómia*, Wolters Kluwer. ISBN 9788075988904.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

180 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 52

samoštúdium: 78

iné: spracovanie zadání na cvičeniach: 50

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.; Ing. Stanislava Honzová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/32/25	Názov predmetu: Online marketingové nástroje a aplikácie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na seminároch a vypracovanie zadání počas semestra podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadání podľa zadania vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 40% písomná skúška, 60% spracovanie zadání. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: študent získa široký prehľad v oblasti online marketingových nástrojov a aplikácií, vrátane Google nástrojov, webovej analytiky (Google Analytics), správy PPC kampaní (Google Ads), SEO (Google Search Console, Screaming Frog), a marketingu na sociálnych sieťach (Facebook, LinkedIn, YouTube). Osvojí si metodológie projektového manažmentu (Jira, Trello, Asana) a porozumie princípom copywritingu, content marketingu a tvorby digitálneho obsahu. Získa základné znalosti o umelej inteligencii a strojovom učení v marketingových aplikáciách. Zručnosti: Študent si osvojí praktické zručnosti v používaní online marketingových nástrojov a platforiem. Bude schopný analyzovať publikum a akvizičné kanály prostredníctvom Google Analytics, spravovať PPC kampane od plánovania kľúčových slov až po optimalizáciu reklám, vytvárať kvalitný obsah (produktové popisy, články, návody) a efektívne využívať sociálne siete na marketingové účely. Naučí sa používať AI a ML nástroje na automatizáciu a zefektívnenie marketingových procesov. Profesijné kompetencie: Študent sa naučí efektívne riadiť marketingové projekty a tímovú prácu pomocou nástrojov na projektový manažment. Získa schopnosť analyzovať a interpretovať dáta na podporu rozhodovania v oblasti online marketingu. Bude schopný kreatívne pracovať s digitálnym obsahom, prispôbiť komunikačné stratégie rôznym platformám a cieľovým skupinám a efektívne využívať digitálne nástroje na zlepšenie marketingových výsledkov. Prenositeľné kompetencie: Absolvent si osvojí analytické myslenie, schopnosť pracovať s dátami a prijímať na nich založené rozhodnutia. Rozvinie si schopnosť kreatívneho a strategického myslenia, prezentácie a komunikácie v digitálnom priestore. Naučí sa organizovať svoje učenie a neustále sa vzdelávať v oblasti digitálneho marketingu. Zlepší si schopnosť tímovej spolupráce, podnikavosti a adaptácie na nové digitálne trendy, čo mu umožní lepšie sa uplatniť v dynamicky sa meniacom prostredí online marketingu.	

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do online marketingových nástrojov a aplikácií – definícia pojmov, význam online marketingu v súčasnosti, rozdelenie nástrojov podľa funkcie, prehľad Google nástrojov a iných bežne používaných aplikácií.
2. Projektový manažment v online marketingu – využitie nástrojov ako Jira, Trello, Asana; porovnanie ich funkcií, výhody tímovej spolupráce a organizácie úloh v marketingových kampaniach.
3. Základy webovej analytiky 1: Publikum a akvizícia – princípy fungovania Google Analytics, sledovanie návštevnosti, zdrojov návštev a správania nových vs. vracajúcich sa používateľov.
4. Základy webovej analytiky 2: Správanie a konverzie – analýza správania používateľov na webe, konverzné trasy, udalosti a meranie výkonu webových stránok.
5. PPC kampane 1: Plánovanie a analýza kľúčových slov – princípy Google Ads, výskum a výber kľúčových slov, plánovanie reklamných kampaní, využitie Keyword Planner.
6. PPC kampane 2: Vytváranie kampaní a reklám – nastavenie Google Ads kampaní, typy reklám, segmentácia cieľového publika, optimalizácia rozpočtov a výkonnosti.
7. Copywriting a content marketing 1: Tvorba textov – základy písania reklamných a marketingových textov, kreativita, jazyková štylizácia, CTA (call-to-action).
8. Copywriting a content marketing 2: Produktové texty a obsahová stratégia – tvorba popisov produktov, blogových článkov, návodov a edukačného obsahu, princípy obsahového marketingu.
9. Marketing na sociálnych sieťach 1: Facebook – využitie Facebooku v marketingu, správa stránok a reklám, cielenie, boostovanie príspevkov, Facebook Business Suite.
10. Marketing na sociálnych sieťach 2: LinkedIn – B2B marketing na LinkedIne.
11. Budovanie profesionálneho imidžu, firemný profil a kampane zamerané na odbornú komunitu.
12. Video marketing: YouTube a Studio YouTube – tvorba videoobsahu, optimalizácia videí, správa kanála, využitie YouTube Studio, meranie dosahu a interakcií.
13. SEO nástroje a analýza viditeľnosti – optimalizácia pre vyhľadávače, využitie Google Search Console a Screaming Frog na audit webu, zisťovanie chýb a zlepšovanie organickej návštevnosti.

Odporúčaná literatúra:

1. BREITER, M. ČUPKA, O, MIKLOŠÍK, A. 2021. Personas Creation Using Google Analytics. In *Marketing science and inspirations*, roč. 16, č. 4, s. 26-33. Dostupné ako: <<https://msijournal.com/personas-creation-using-google-analytics/>>
2. EHRENBURG, A. 2002. Brand Advertising As Creative Publicity. In *Journal of Advertising Research*, roč. 42, č. 4, s. 7-18. ISSN 1740-1909.
3. EVANS, N. a kol. 2022. Digital Business Transformation: An Experience-Based Holistic Framework. In *IEEE Access*, roč. 10, s. ISSN 121930-121939. [online]. Dostupné na: <<https://ieeexplore.ieee.org/document/9950437>>.
4. GODIN, S. 2021. *Toto je marketing*. Lindeni. 2021. 240 s. ISBN 978-8056623176.
5. KAUSHIK, A. 2010. *Webová analitika 2.0 Kompletní průvodce analýzami návštěvnosti*. Brno:Computer Press, a.s., 2010. 456 s, ISBN 978- 80-251-2964-7.
6. KOTLER, P., KARTAJAYA, H., SETIAWAN, I. 2016. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley. 2016. 208 s. ISBN 978-1119341208.
7. MIKLOŠÍK, A. a kol. 2022. The Attitudes of Slovak Digital Native Students Towards Online Video Advertising. In *Communication Today*, roč. 13, č.1, 2022., s. 92-106. Dostupné ako: <https://communicationtoday.sk/wp-content/uploads/07_MIKLOSIK-et-al_CT-1-2022.pdf>
8. MIKLOŠÍK, A., EVANS, N. 2020. Impact of Big Data and Machine Learning on DigitalTransformation in Marketing: A Literature Review. In *IEEE Access*, roč. 8, s. 101284-101292[online]. Dostupné na: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9103568>.
9. MIKLOŠÍK, A., EVANS, N., QURESHI, A. 2021. The Use of Chatbots in Digital BusinessTransformation: A Systematic Literature Review. In *IEEE Access*, roč. 9, s. 106530-106539[online]. Dostupné na: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9500127/>.
10. SNIJDERS, W. 2018. *Eat Your Greens*. Troubador. 2018. 400 s. ISBN 978-1789016758.
11. TONKIN, S., WHITMORE, V., CUTRONA, J. 2012. *Výkonnostný marketing s Google Analytics*. Brno: Computer Press. 2012. ISBN 978-80-25-133-392.

12. VYHNÁNKOVÁ, E., LOSEKOOT, M. 2019. *Jak na sítě*. Jan Melvil publishing. 2019. 328 s. ISBN 978-8075550842.

13. YOUNG, M. 2018. *Ogilvy o reklamě v digitálním věku*. Svojtka&Co. 2018. 224 s. ISBN 978-8025621592.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 13

iné: vypracovanie zadání: 21

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Ján Ganobčík, MSc.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/33/25	Názov predmetu: Podnikanie v malých a stredných podnikoch
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): P Rozsah: 52 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: • V priebehu semestra sa od študenta vyžaduje aktívna účasť na prednáškach a diskusiách 10 %, skupinový projekt (podnikateľský plán) 40 %, písomná skúška 50 %. • V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístupu k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie semestrálnej práce na zadané témy vyučujúcim. • Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: 1. Vedomosti: Študent predmetu získa vedomosti, ktoré mu umožnia pochopiť komplexnosť podnikania v malých a stredných podnikoch v oblasti turizmu, ako aj dôležitosť udržateľného a zodpovedného podnikania. Získa schopnosti potrebné na efektívne riadenie podnikov turizmu a implementáciu inovatívnych riešení na podporu rastu a konkurencieschopnosti. 2. Zručnosti: Študent získa praktické a aplikovateľné zručnosti potrebné na efektívne riadenie a rozvoj malých a stredných podnikateľských subjektov v oblasti turizmu. Tieto zručnosti mu pomôžu nielen v podnikateľskej praxi, ale aj v inováciách a riešení aktuálnych výziev v turistickom sektore. 3. Profesijné kompetencie: Študent je odborne spôsobilý orientovať sa v širokej škále teoretických a praktických poznatkov týkajúcich sa malých a stredných podnikov na Slovensku, ale aj v medzinárodnom meradle. Získa schopnosti, ktoré mu umožnia efektívne riadiť malé a stredné podniky v oblasti turizmu, získať konkurencieschopnosť na trhu, ako aj úspešne čeliť výzvam spojeným s rozvojom a udržateľnosťou podniku. 4. Prenositelne kompetencie: Študent predmetu si zdokonalí komunikačné zručnosti, kreatívne myslenie, získa schopnosť prichádzať s novými nápadmi a riešeniami na zlepšenie procesov, produktov alebo služieb; pracovať v tímovom prostredí; analyzovať problémy, identifikovať možné riešenia; implementovať efektívne stratégie. Dokáže identifikovať, hodnotiť a riadiť riziká a nečakané situácie; spravovať rozpočty, riadiť náklady a optimalizovať príjmy; viesť efektívne vyjednávania s partnermi, zamestnancami, dodávateľmi a inými kľúčovými zainteresovanými stranami; identifikovať podnikateľské príležitosti, riskovať a prijímať rozhodnutia na základe analýzy. Tieto schopnosti umožňujú študentom nielen úspešne podnikáť v oblasti turizmu, ale tiež aplikovať tieto zručnosti v rôznych profesijných prostrediach a prispieť k ich osobnému a profesionálnemu rastu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Význam malých a stredných podnikov pre ekonomiku krajiny. 2. Podstata, význam, špecifiká malého a stredného podnikania v ekonomike štátu. 3. Podnikateľské subjekty v turizme. 4. Rodinné podnikanie v turizme.	

5. Podnikateľské prostredie, jeho vývoj a faktory.
6. Legislatívne predpoklady podnikania v turizme.
7. Podnikateľský plán a jeho štruktúra.
8. Majetok a kapitál malých a stredných podnikov turizmu.
9. Práca s ľudskými zdrojmi v malých a stredných podnikov turizmu.
10. Hospodárenie malých a stredných podnikov turizmu.
11. Spoločensky zodpovedné podnikanie. Rozvoj inovatívnych konceptov spoločensky zodpovedného podnikania v malých a stredných podnikoch.
12. Etický kódex podnikania.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. BERESECKÁ, J., HRONCOVÁ VICIANOVÁ, J. 2020. *Cestovný ruch : veda a prax*. 2. dopl. a prepracované. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita. 173 s. ISBN 978-80-552-2156-4.
2. BERESECKÁ, J., PAPCUNOVÁ V. 2020. Cooperation between municipalities and the private sector in the field of tourism. In *Scientific papers of the University of Pardubice*, roč. 28, č. 4. ISSN 1211-555X. Dostupné na internete: <<https://doi.org/10.46585/s+p28041074>>.
3. BERESECKÁ, J. a kol. 2022. The impact of top management education on the socially responsible management of local government in the context of investment development. In *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, roč. 10, č. 2, s. 608-622. ISSN 2345-0282. Dostupné na internete: <[https://doi.org/10.9770/jesi.2022.10.2\(38\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2022.10.2(38))>.
4. BERESECKÁ, J., HRONCOVÁ, J., HRONEC, Š., LAPUNÍK, R. 2023. The issue of small municipalities - the possibility of applying the principles of socially responsible management. In: *Computational science and its applications - ICCSA 2023*. 23rd International Conference, Athens, Greece, July 3-6, 2023, Proceedings, Part II Cham (Švajčiarsko): Springer Nature, 2023.
5. HORBULÁK, Z. 2015. *Spoločenská zodpovednosť malých a stredných podnikov*. Bratislava: Iris, 2015. ISBN 978-80-8153-041-8.
6. GABRHELOVÁ G. 2018. *Vybrané aspekty rodinného podnikania v medzinárodnom podnikateľskom prostredí*. 2018. Dubnica nad Váhom: Vysoká škola DTI. ISBN 978-80-89732-80-7.
7. HRONEC, Š. a kol. 2021. *Economic pragmatism in the responsible management of local government* [elektronický zdroj]. 1st ed. Praha: Wolters Kluwer ČR. 191 s. ISBN 978-80-7676-246-6.
8. PAPULA, J. 2017. *Podnikanie a manažment: korene, podstata, súvislosti a trendy*. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7552-579-6.
9. SIVÁK, R. 2015. *Financie podnikateľskej sféry*. 2015. Bratislava: Sprint 2. ISBN 978-80-8971-016-4.
10. STANĚK, P., IVANOVÁ, P. 2017. *Malé a stredné podniky: súčasnosť a budúcnosť*. Bratislava: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-8168-737-2.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

180 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 52

samoštúdium: 78

iné: spracovanie zadání (podnikateľský plán) na cvičeniach: 50

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. Ing. Janka Beresecká, PhD., MSc.; Ing. Martina Hudecová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/34/25	Názov predmetu: Podniková etika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadani. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študenti získajú teoretické a praktické poznatky z oblasti podnikovej etiky a spoločenskej zodpovednosti podnikov. Osvoja si etické princípy a hodnoty, ktoré ovplyvňujú rozhodovanie v podnikateľskom prostredí. Budú rozumieť základným etickým konceptom, ako sú spravodlivosť, integrita, udržateľnosť a transparentnosť, a ich uplatneniu v podnikateľskej praxi. Získajú tiež prehľad o etických kódexoch, normách a právnych rámcoch, ktoré regulujú správanie podnikov. Zručnosti: Študenti si osvoja schopnosť identifikovať a analyzovať etické dilemy v podnikateľskom prostredí a navrhovať riešenia, ktoré sú v súlade s etickými princípmi. Naučia sa efektívne argumentovať a komunikovať etické rozhodnutia v rámci organizácie. Získajú schopnosť rozpoznať neetické praktiky, navrhnúť opatrenia na ich elimináciu a implementovať etické štandardy do firemnej kultúry. Taktiež si rozvinú kritické myslenie pri hodnotení vplyvu podnikateľských rozhodnutí na spoločnosť a životné prostredie. Profesijné kompetencie: Študenti budú schopní aplikovať etické princípy pri rozhodovaní v podnikateľskej praxi a riadení organizácií. Získajú kompetenciu vypracovať a zavádzať etické kódexy a politiky spoločenskej zodpovednosti do podnikových stratégií. Budú vedieť analyzovať vplyv podnikateľských aktivít na zainteresované strany a formulovať odporúčania na ich zlepšenie. Ich schopnosť riešiť konflikty a etické dilemy im umožní efektívne prispievať k budovaniu dôveryhodnej firemnej kultúry. Prenositelné kompetencie: Absolvovaním predmetu si študenti rozvinú analytické a kritické myslenie pri riešení etických otázok v profesionálnom a osobnom živote. Získajú schopnosť uvažovať v širšom spoločenskom kontexte a prijímať rozhodnutia s ohľadom na dlhodobé dôsledky. Osvoja si efektívne komunikačné zručnosti pri etickej argumentácii a schopnosť spolupracovať v tíme pri riešení komplexných morálnych výziev.	
Stručná osnova predmetu: Normatívne systémy v spoločnosti.	

2. Etika a morálka.
3. Druhy a funkcie morálky.
4. Všeobecná a aplikovaná etika.
5. Spoločenská zodpovednosť podnikov (SZP).
6. Environmentálny pilier SZP.
7. Sociálny pilier SZP.
8. Ekonomický pilier SZP.
9. Nástroje etického riadenia.
10. Neetické praktiky v podnikateľskej praxi.
11. Etika vo výskume.
12. Vymáhanie dodržiavania etických pravidiel.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. CHOMOVÁ, K. 2023. *Spoločenská zodpovednosť firiem*. Vydavateľstvo Ekonóm. 226 s. ISBN 978-80-225-5033-8.
2. JANOŠKOVÁ, K. 2019. *Podnikateľská etika*. Žilina: EDIS Žilinská univerzita v Žiline. 113 s. ISBN 978-80-554-1538-3.
3. PECHOČIAKOVÁ SVITAČOVÁ, E. 2021. *Vybrané kapitoly z etiky pre ekonómov a manažérov*. Nitra: SPU v Nitre. 115 s. ISBN 978-80-552-2375-9.
4. REMIŠOVÁ, A. 2015. *Súčasný trendy podnikateľskej etiky. Od teórie k praxi*. Bratislava: Wolters Kluwer, 260 s. ISBN 978-80-816-8213-1.
5. REMIŠOVÁ, A. 2011. *Etika a ekonomika*. Bratislava: Kalligram. 496 s. ISBN 978-80-810-1402-4.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

90 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 39

samoštúdium: 21

iné: spracovanie úloh zadání: 30

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: JUDr. Ing. Tomáš Malatinec, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/35/25	Názov predmetu: Podniková kultúra a identita
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je 80 % účasť na prednáškach a 80 % účasť na seminároch, a vypracovanie úloh počas semestra podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške nutná minimálne 50% účasť na prednáškach a 50 % účasť na seminároch a vypracovanie zadání podľa uváženia vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 80% skúška a 20% spracovanie zadání na cvičeniach. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v%): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent sa zorientuje v oblasti podnikovej kultúry a korporátnej identity, rozumie základným pojmom ako identita, imidž, firemná kultúra, filozofia, komunikácia či dizajn. Pozná historický vývoj a teoretické prístupy k formovaniu CI a jej významu v marketingu, manažmente a strategickom riadení organizácie. Vie popísať prvky korporátnej identity a ich vzájomné vzťahy. Rozumie vzťahu medzi vnútornou identitou a vonkajším imidžom podniku. Vie charakterizovať proces budovania imidžu a značky, rozumie princípom city branding a regionálnej identity. Má prehľad o aktuálnych trendoch v oblasti podnikovej kultúry. Zručnosti: Študent vie rozpoznať a posúdiť prvky firemnej identity v praxi. Dokáže zhodnotiť stav podnikovej kultúry a navrhnúť spôsoby jej zlepšenia. Vie vytvoriť víziu, misiu, hodnoty aj vizuálnu identitu firmy. Ovláda základy firemnej komunikácie, práce so značkou a budovania imidžu. Rozumie vplyvu prostredia a kultúrneho kontextu na identitu organizácie. Profesijné kompetencie: Študent sa vie orientovať v oblasti podnikovej kultúry a identity a dokáže tieto poznatky využiť v praxi. Vie analyzovať a navrhovať kultúrne a identitné stratégie firiem, podieľa sa na tvorbe ich imidžu. Je schopný pracovať na projektoch zameraných na značku, komunikáciu či zmenu firemnej kultúry a navrhovať vhodné riešenia pre rôzne typy organizácií. Prenositel'né kompetencie: Študent si osvojí analytické myslenie, schopnosť samostatne riešiť problémy a formulovať odborné návrhy. Rozvíja schopnosť komunikácie v tíme a prezentácie vlastných myšlienok písomnou aj ústnou formou. Zvyšuje svoju schopnosť organizovať prácu, plánovať úlohy a aplikovať poznatky. Získa základy strategického myslenia a kreatívneho prístupu k riešeniu problémov v oblasti identity a kultúry.	

Stručná osnova predmetu:

- Úvod do problematiky podnikovej kultúry a identity. Vymedzenie základných pojmov, význam podnikovej kultúry a identity v strategickom riadení. Vzťah medzi kultúrou, identitou a imidžom.
- Teoretické základy korporátnej identity. Hlavné prístupy k definovaniu, chápaniu CI a historický

vývoj. Pojemový aparát: identita, imidž, firemná kultúra, firemná filozofia. - Budovanie a formovanie korporátnej identity. Procesy tvorby CI. Strategické riadenie identity. Vzťah medzi vnútornou identitou a vonkajším imidžom organizácie. - Prvky korporátnej identity – firemná filozofia. Vízia, misia, hodnoty a etika. Význam filozofie pre formovanie firemnej kultúry a správanie organizácie. - Prvky korporátnej identity – firemný dizajn. Vizuálna identita a jej zložky. Význam dizajnu manuálu pre jednotné vystupovanie firmy. Značkové prvky a ich funkcia. - Prvky korporátnej identity – firemná komunikácia. Externá a interná komunikácia. Typy a kanály firemnej komunikácie. Vplyv komunikácie na vnímanie identity. - Prvky korporátnej identity – firemná kultúra. Vrstvy organizačnej kultúry. Modely a typológie kultúr. Prejavy kultúry v praxi. Vzťah kultúry k identite. - Diagnostika a ovplyvňovanie organizačnej kultúry. Nástroje a metódy analýzy kultúry. Faktory formujúce kultúru. Kultúrna zmena a jej riadenie. - Korporátny imidž a jeho budovanie. Charakteristika imidžu organizácie. Proces vytvárania a udržiavania imidžu. Vzťah medzi imidžom, reputáciou a identitou. - Značka ako nositeľ identity. Identita značky vs. imidž značky. Pyramída značky, brand equity a emočné väzby so značkou. - Regionálna a mestská identita. City branding, urban dizajn, mestská kultúra. Vplyv miestneho a kultúrneho kontextu na vnímanie identity organizácie. - Súčasný vybraný trendy v oblasti podnikovej kultúry a identity. - Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.					
Odporúčaná literatúra: - BALMER, J.M., PODNAR, K. 2021. Corporate brand orientation: Identity, internal images, and corporate identification matters. In: <i>Journal of Business Research</i>, roč. 134, s. 729-737. ISSN 1873-7978. - BOSE, S., PRADHAN, S., BASHIR, M., ROY, S.K. 2022. Customer-based place brand equity and tourism: A regional identity perspective. In: <i>Journl of Trvel Research</i>, 61 (3), s. 511-527. ISSN 0047-2875. - DENNIS, CH., FOROUDI, P. 2022. Building Corporate Identity, Image and Reputation in the Digital Era. Taylor & Francis Group, ISBN 9781003080572. - GBUROVÁ, J., KUBÁK, M. 2020. Vybrané oblasti z marketingu a firemná kultúra. Prešov: Bookamn, ISBN 978-80-8165-388-9. - GIBSON, C., CONNELL, J. 2024. Popular culture and tourism: conceptual advances and future directions. In: <i>Tourism Geographies</i>, s. 1-12. ISSN 1461-6688. - PETERS, M. 2025. Corporate social responsibility. In: <i>Encyclopedia of tourism</i>, s. 213-214. ISSN 978-3-030-74923-1.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk					
Poznámky - časová záťaž študenta: 120 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, C): 39 samoštúdium: 32 iné: spracovanie úloh (zadaní): 49					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: Ing. Martina Hudecová, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta/inštitút: Inštitút manažment	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/36/25	Názov predmetu: Podniková simulácia DE
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Typ predmetu (P, PV, V): V Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou klasifikácie je aktívna účasť na cvičeniach počas intenzívneho týždňa. Vyžaduje sa aj aktívna účasť na ďalších aktivitách online (oboznámenie sa so simuláciou, testovacie simulačné obdobie, vyhodnotenie simulácie). 100% záverečné hodnotenie – 60% výsledky simulácie počas intenzívneho týždňa (na základe akumulovanej ceny akcií počas ôsmich období v simulácii), 40% individuálne porozumenie a aktívna účasť na príprave podkladov pre business rozhodnutia. - Klasifikačný stupeň je určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Po absolvovaní predmetu študent získa prehĺbené teoretické a praktické poznatky z oblasti strategického a operatívneho riadenia podniku. Naučí sa, ako implementovať konceptuálne poznatky z oblasti podnikového manažmentu do praktických podnikových situácií. Osvojí si schopnosť zosúladiť jednotlivé funkčné stratégie – vo financiách, marketingu, ľudských zdrojoch a výrobe – s celkovou firemnou stratégiou a následne ich uplatniť pri každodennom rozhodovaní. Získané vedomosti mu umožnia komplexne posudzovať podnikové situácie, analyzovať interakcie medzi oddeleniami a zohľadniť dopad rozhodnutí na hodnotu podniku, akcionárov a ďalších zainteresovaných strán. V oblasti financií sa naučí čítať a interpretovať súvahu, výkaz ziskov a strát, cash-flow výkaz, ako aj analyzovať vývoj hodnoty akcií a celkovú hodnotu podniku. V marketingu získa poznatky o produktoch v rôznych fázach životného cyklu, marketingovom mixe, a stratégiách vstupu na nové trhy. Vo výrobe pochopí princípy investícií a plánovania kapacít a v oblasti HR sa oboznámi s plánovaním personálu, dopadom kvalifikácie a absencií na produktivitu, ako aj s dopadom fluktuácie počas rôznych fáz makro-ekonomického cyklu. Zručnosti: Študent si počas kurzu prakticky rozvinie zručnosti potrebné na efektívne manažérske rozhodovanie v podmienkach simulovaného podnikateľského prostredia. Bude schopní aplikovať digitálne nástroje, najmä Excel, na riešenie reálnych pracovných úloh – tvorba kalkulačných nástrojov pre rozhodovanie o investíciách, marketingových výdavkoch, analýze bodu zvratu a tvorbe cash-flow prognóz. V rámci simulácie bude čeliť komplexným rozhodovacím situáciám a naučí sa analyzovať finančné a prevádzkové údaje, posudzovať dopady svojich rozhodnutí a efektívne riadiť zdroje v čase a priestore. Dôležitým aspektom je aj	

práca v medzinárodnom tíme: študent sa naučí prijímať spoločné rozhodnutia pod časovým tlakom, zvládať stres a vyjednávať riešenia, ktoré sú výhodné pre celý tím. Zároveň si osvojí schopnosť jasne komunikovať a obhájiť svoje rozhodnutia.

3. **Profesijné kompetencie:** Absolvovaním kurzu si študent rozvinie kľúčové profesionálne kompetencie, ktoré sú nevyhnutné pre budúcich manažérov a podnikateľov. Bude schopný aplikovať strategické myslenie a nástroje strategického manažmentu v simulovaných aj reálnych podmienkach. Osvojí si komplexné uvažovanie o vzťahoch medzi jednotlivými oddeleniami podniku a bude schopní vnímať širšie dopady jednotlivých rozhodnutí na celkový výkon firmy. Vďaka práci s dátami a analytickými nástrojmi si študent osvojí techniky manažérskeho účtovníctva a bude vedieť využiť ich výstupy pri prijímaní rozhodnutí. Zároveň sa naučia viesť tím, koordinovať rozhodovací proces a preberať zodpovednosť za spoločné výsledky.
4. **Prenositelné kompetencie:** Študenti si rozvinie schopnosť efektívnej tímovej spolupráce, cieľenej komunikácie a praktického business anglického jazyka. Podporuje sa jeho samostatnosť pri identifikovaní problémov a prijímaní primeraných riešení. Pri rozhodovaní sa zohľadňujú interdisciplinárne prepojenia a aktuálne informácie, čím dosiahne schopnosť reagovať na dynamické zmeny v reálnom podnikateľskom prostredí. Študent tiež získa digitálne zručnosti, najmä na vytváranie pokročilých výpočtových nástrojov v prostredí Microsoft Excel a prehĺbi si svoje kritické myslenie.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvodné stretnutie, získanie informácií o organizačných záležitostiach, úvod do IT simulačného systému a rozdelenie do tímov.
2. Manuál simulácie, príprava excel tabuľky, úvod do všetkých oblastí manažérskeho účtovníctva a podnikového riadenia simulovaných v simulácii, zapracovanie vstupných dát to excelu.
3. Vypracovanie jednotnej podnikovej stratégie a vízie študentmi, spätná väzba k vypracovaným stratégiám a skúšobná simulácia prvého obdobia.
4. Čítanie súvahy, výkazu ziskov a strát, výkazu cash flow. Komparácia dosiahnutých výsledkov vzhľadom k manažérskym rozhodnutiam medzi jednotlivými tímami na spoločnom trhu, simulácia prvého obdobia.
5. Vypracovanie konzistentnej marketingovej stratégie a marketingového plánu študentmi.
6. Spätná väzba k vypracovaným stratégiám a simulácia druhého obdobia.
7. Vypracovanie zosúladienej personálnej a výrobnnej stratégie (plánovanie riadenia pracovnej sily a výrobných kapacít), simulácia tretieho obdobia.
8. Aplikácia nástrojov manažérskeho účtovníctva (príspevok na úhradu, kalkulácia cien) a simulácia štvrtého obdobia.
9. Rozhodnutia týkajúce sa investícií do vývoja a výskumu, simulácia piateho obdobia
10. Využitie investičných výpočtov a rozhodovanie v podmienkach neistoty a hospodárskej recesie a simulácia obdobia.
11. Vypracovanie online marketingovej kampane (produkcia videa na IG), simulácia siedmeho obdobia.
12. Príprava a organizácia valného zhromaždenia akcionárov, simulácia ôsmeho obdobia.
13. Nadviazanie na výsledky kurzu a reflexia s osobitným dôrazom na kultúrnu zložku.

Odporúčaná literatúra:

1. BREALEY, R. Myers, S., Allen, F. 2016. *Principles of Corporate Finance*. McGraw-hill Education. ISBN-13: 978-1259253331.
2. PORTER, M. E. 1998. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press. ISBN-13: 978-0684841489.
3. ROSS, S.A., WESTERFIELD R.W., JORDAN B.D. 2021. *Fundamentals of Corporate Finance*. McGraw Hill. ISBN-13: 978-1260772395.
4. TOPSIM Simulation software handbooks.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický jazyk					
Hodnotenie predmetov					
A	B	C	D	E	FX
Poznámky - časová záťaž študenta: 60 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, C): 26 samoštúdium: 13 iné: príprava podkladov a online aktivity: 21					
Vyučujúci: Ing. Lea Šlampaiová, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta/inštitút: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/37/25	Názov predmetu: Podniková simulácia FI
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Typ predmetu (P, PV, V): V Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou klasifikácie je aktívna účasť na cvičeniach počas intenzívneho týždňa. Vyžaduje sa aj aktívna účasť na ďalších aktivitách online (oboznámenie sa so simuláciou, testovacie simulačné obdobie, vyhodnotenie simulácie). 100% záverečné hodnotenie – 60% výsledky simulácie počas intenzívneho týždňa (na základe akumulovanej ceny akcií počas ôsmich období v simulácii), 40% individuálne porozumenie a aktívna účasť na príprave podkladov pre business rozhodnutia. - Klasifikačný stupeň je určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Po absolvovaní predmetu študent získa prehĺbené teoretické a praktické poznatky z oblasti strategického a operatívneho riadenia podniku. Naučí sa, ako implementovať konceptuálne poznatky z oblasti podnikového manažmentu do praktických podnikových situácií. Osvojí si schopnosť zosúladiť jednotlivé funkčné stratégie – vo financiách, marketingu, ľudských zdrojoch a výrobe – s celkovou firemnou stratégiou a následne ich uplatniť pri každodennom rozhodovaní. Získané vedomosti mu umožnia komplexne posudzovať podnikové situácie, analyzovať interakcie medzi oddeleniami a zohľadniť dopad rozhodnutí na hodnotu podniku, akcionárov a ďalších zainteresovaných strán. V oblasti financií sa naučí čítať a interpretovať súvahu, výkaz ziskov a strát, cash-flow výkaz, ako aj analyzovať vývoj hodnoty akcií a celkovú hodnotu podniku. V marketingu získa poznatky o produktoch v rôznych fázach životného cyklu, marketingovom mixe, a stratégiách vstupu na nové trhy. Vo výrobe pochopí princípy investícií a plánovania kapacít a v oblasti HR sa oboznámi s plánovaním personálu, dopadom kvalifikácie a absencií na produktivitu, ako aj s dopadom fluktuácie počas rôznych fáz makro-ekonomického cyklu. Zručnosti: Študent si počas kurzu prakticky rozvinie zručnosti potrebné na efektívne manažérske rozhodovanie v podmienkach simulovaného podnikateľského prostredia. Bude schopní aplikovať digitálne nástroje, najmä Excel, na riešenie reálnych pracovných úloh – tvorba kalkulačných nástrojov pre rozhodovanie o investíciách, marketingových výdavkoch, analýze bodu zvratu a tvorbe cash-flow prognóz. V rámci simulácie bude čeliť komplexným rozhodovacím situáciám a naučí sa analyzovať finančné a prevádzkové údaje, posudzovať dopady svojich rozhodnutí a efektívne riadiť zdroje v čase a priestore. Dôležitým aspektom je	

aj práca v medzinárodnom tíme: študent sa naučí prijímať spoločné rozhodnutia pod časovým tlakom, zvládať stres a vyjednávať riešenia, ktoré sú výhodné pre celý tím. Zároveň si osvojí schopnosť jasne komunikovať a obhájiť svoje rozhodnutia.

3. **Profesijné kompetencie:** Absolvovaním kurzu si študent rozvinie kľúčové profesionálne kompetencie, ktoré sú nevyhnutné pre budúcich manažérov a podnikateľov. Bude schopný aplikovať strategické myslenie a nástroje strategického manažmentu v simulovaných aj reálnych podmienkach. Osvojí si komplexné uvažovanie o vzťahoch medzi jednotlivými oddeleniami podniku a bude schopný vnímať širšie dopady jednotlivých rozhodnutí na celkový výkon firmy. Vďaka práci s dátami a analytickými nástrojmi si študent osvojí techniky manažérskeho účtovníctva a bude vedieť využiť ich výstupy pri prijímaní rozhodnutí. Zároveň sa naučia viesť tím, koordinovať rozhodovací proces a preberať zodpovednosť za spoločné výsledky.
4. **Prenositelné kompetencie:** Študenti si rozvinie schopnosť efektívnej tímovej spolupráce, cieľenej komunikácie a praktického business anglického jazyka. Podporuje sa jeho samostatnosť pri identifikovaní problémov a prijímaní primeraných riešení. Pri rozhodovaní sa zohľadňujú interdisciplinárne prepojenia a aktuálne informácie, čím dosiahne schopnosť reagovať na dynamické zmeny v reálnom podnikateľskom prostredí. Študent tiež získa digitálne zručnosti, najmä na vytváranie pokročilých výpočtových nástrojov v prostredí Microsoft Excel a prehĺbi si svoje kritické myslenie.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvodné stretnutie, získanie informácií o organizačných záležitostiach, úvod do IT simulačného systému a rozdelenie do tímov.
2. Manuál simulácie, príprava excel tabuľky, úvod do všetkých oblastí manažérskeho účtovníctva a podnikového riadenia simulovaných v simulácii, zapracovanie vstupných dát to excelu.
3. Vypracovanie jednotnej podnikovej stratégie a vízie študentmi – spätná väzba k vypracovaným stratégiám a skúšobná simulácia prvého obdobia.
4. Čítanie súvahy, výkazu ziskov a strát, výkazu cash flow. Komparácia dosiahnutých výsledkov vzhľadom k manažérskym rozhodnutiam medzi jednotlivými tímami na spoločnom trhu, simulácia prvého obdobia.
5. Vypracovanie konzistentnej marketingovej stratégie a marketingového plánu študentmi.
6. Spätná väzba k vypracovaným stratégiám a simulácia druhého obdobia.
7. Vypracovanie zosúladenej personálnej a výrobnéj stratégie (plánovanie riadenia pracovnej sily a výrobných kapacít), simulácia tretieho obdobia.
8. Aplikácia nástrojov manažérskeho účtovníctva (príspevok na úhradu, kalkulácia cien) a simulácia štvrtého obdobia.
9. Rozhodnutia týkajúce sa investícií do vývoja a výskumu, simulácia piateho obdobia
10. Využitie investičných výpočtov a rozhodovanie v podmienkach neistoty a hospodárskej recesie a simulácia obdobia.
11. Vypracovanie online marketingovej kampane (produkcia videa na IG), simulácia siedmeho obdobia.
12. Príprava a organizácia valného zhromaždenia akcionárov – študenti odpovedajú na otázky aktivistických investorov, simulácia ôsmeho obdobia.
13. Nadviazanie na výsledky kurzu a reflexia s osobitným dôrazom na kultúrnu zložku.

Odporúčaná literatúra:

1. BREALEY, R. Myers, S., Allen, F. 2016. *Principles of Corporate Finance*. Mcgraw-hill Education. ISBN-13: 978-1259253331.
2. PORTER, M. E. 1998. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press. ISBN-13: 978-0684841489.

3. ROSS, S.A., WESTERFIELD R.W., JORDAN B.D. 2021. <i>Fundamentals of Corporate Finance</i> . McGraw Hill. ISBN-13: 978-1260772395.					
4. TOPSIM Simulation software handbooks.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický jazyk					
Hodnotenie predmetov					
A	B	C	D	E	FX
Poznámky - časová záťaž študenta: 60 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, C): 26 samoštúdium: 13 iné: príprava podkladov a online aktivity: 21					
Vyučujúci: Ing. Lea Šlamiaková, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta/inštitút: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/38/25	Názov predmetu: Podniková simulácia SK
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Typ predmetu (P, PV, V): V Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou klasifikácie je aktívna účasť na cvičeniach počas intenzívneho týždňa. Vyžaduje sa aj aktívna účasť na ďalších aktivitách online (oboznámenie sa so simuláciou, testovacie simulačné obdobie, vyhodnotenie simulácie). 100% záverečné hodnotenie – 60% výsledky simulácie počas intenzívneho týždňa (na základe akumulovanej ceny akcií počas ôsmich období v simulácii), 40% individuálne porozumenie a aktívna účasť na príprave podkladov pre business rozhodnutia. - Klasifikačný stupeň je určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Po absolvovaní predmetu študent získa prehĺbené teoretické a praktické poznatky z oblasti strategického a operatívneho riadenia podniku. Naučí sa, ako implementovať konceptuálne poznatky z oblasti podnikového manažmentu do praktických podnikových situácií. Osvojí si schopnosť zosúladiť jednotlivé funkčné stratégie – vo financiách, marketingu, ľudských zdrojoch a výrobe – s celkovou firemnou stratégiou a následne ich uplatniť pri každodennom rozhodovaní. Získané vedomosti mu umožnia komplexne posudzovať podnikové situácie, analyzovať interakcie medzi oddeleniami a zohľadniť dopad rozhodnutí na hodnotu podniku, akcionárov a ďalších zainteresovaných strán. V oblasti financií sa naučí čítať a interpretovať súvahu, výkaz ziskov a strát, cash-flow výkaz, ako aj analyzovať vývoj hodnoty akcií a celkovú hodnotu podniku. V marketingu získa poznatky o produktoch v rôznych fázach životného cyklu, marketingovom mixe, a stratégiách vstupu na nové trhy. Vo výrobe pochopí princípy investícií a plánovania kapacít a v oblasti HR sa oboznámi s plánovaním personálu, dopadom kvalifikácie a absencií na produktivitu, ako aj s dopadom fluktuácie počas rôznych fáz makro-ekonomického cyklu. Zručnosti: Študent si počas kurzu prakticky rozvinie zručnosti potrebné na efektívne manažérske rozhodovanie v podmienkach simulovaného podnikateľského prostredia. Bude schopní aplikovať digitálne nástroje, najmä Excel, na riešenie reálnych pracovných úloh – tvorba kalkulačných nástrojov pre rozhodovanie o investíciách, marketingových výdavkoch, analýze bodu zvratu a tvorbe cash-flow prognóz. V rámci simulácie bude čeliť komplexným rozhodovacím situáciám a naučí sa analyzovať finančné a prevádzkové údaje, posudzovať	

dopady svojich rozhodnutí a efektívne riadiť zdroje v čase a priestore. Dôležitým aspektom je aj práca v medzinárodnom tíme: študent sa naučí prijímať spoločné rozhodnutia pod časovým tlakom, zvládať stres a vyjednávať riešenia, ktoré sú výhodné pre celý tím. Zároveň si osvojí schopnosť jasne komunikovať a obhájiť svoje rozhodnutia.

3. **Profesijné kompetencie:** Absolvovaním kurzu si študent rozvinie kľúčové profesionálne kompetencie, ktoré sú nevyhnutné pre budúcich manažérov a podnikateľov. Bude schopný aplikovať strategické myslenie a nástroje strategického manažmentu v simulovaných aj reálnych podmienkach. Osvojí si komplexné uvažovanie o vzťahoch medzi jednotlivými oddeleniami podniku a bude schopný vnímať širšie dopady jednotlivých rozhodnutí na celkový výkon firmy. Vďaka práci s dátami a analytickými nástrojmi si študent osvojí techniky manažérskeho účtovníctva a bude vedieť využiť ich výstupy pri prijímaní rozhodnutí. Zároveň sa naučia viesť tím, koordinovať rozhodovací proces a preberať zodpovednosť za spoločné výsledky.
4. **Prenositelné kompetencie:** Študenti si rozvinie schopnosť efektívnej tímovej spolupráce, cieľenej komunikácie a praktického business anglického jazyka. Podporuje sa jeho samostatnosť pri identifikovaní problémov a prijímaní primeraných riešení. Pri rozhodovaní sa zohľadňujú interdisciplinárne prepojenia a aktuálne informácie, čím dosiahne schopnosť reagovať na dynamické zmeny v reálnom podnikateľskom prostredí. Študent tiež získa digitálne zručnosti, najmä na vytváranie pokročilých výpočtových nástrojov v prostredí Microsoft Excel a prehĺbi si svoje kritické myslenie.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvodné stretnutie, získanie informácií o organizačných záležitostiach, úvod do IT simulačného systému a rozdelenie do tímov.
2. Manuál simulácie, príprava excel tabuľky, úvod do všetkých oblastí manažérskeho účtovníctva a podnikového riadenia simulovaných v simulácii, zapracovanie vstupných dát to excelu.
3. Vypracovanie jednotnej podnikovej stratégie a vízie študentmi – spätná väzba k vypracovaným stratégiám a skúšobná simulácia prvého obdobia.
4. Čítanie súvahy, výkazu ziskov a strát, výkazu cash flow. Komparácia dosiahnutých výsledkov vzhľadom k manažérskym rozhodnutiam medzi jednotlivými tímami na spoločnom trhu, simulácia prvého obdobia.
5. Vypracovanie konzistentnej marketingovej stratégie a marketingového plánu študentmi.
6. Spätná väzba k vypracovaným stratégiám a simulácia druhého obdobia.
7. Vypracovanie zosúladenej personálnej a výrobnnej stratégie (plánovanie riadenia pracovnej sily a výrobných kapacít), simulácia tretieho obdobia.
8. Aplikácia nástrojov manažérskeho účtovníctva (príspevok na úhradu, kalkulácia cien) a simulácia štvrtého obdobia.
9. Rozhodnutia týkajúce sa investícií do vývoja a výskumu, simulácia piateho obdobia.
10. Využitie investičných výpočtov a rozhodovanie v podmienkach neistoty a hospodárskej recesie a simulácia obdobia.
11. Vypracovanie online marketingovej kampane (produkcia videa na IG), simulácia siedmeho obdobia.
12. Príprava a organizácia valného zhromaždenia akcionárov – študenti odpovedajú na otázky aktivistických investorov, simulácia ôsmeho obdobia.
13. Nadviazanie na výsledky kurzu a reflexia s osobitným dôrazom na kultúrnu zložku.

Odporúčaná literatúra:

1. BREALEY, R. Myers, S., Allen, F. 2016. *Principles of Corporate Finance*. McGraw-hill Education. ISBN-13: 978-1259253331.
2. PORTER, M. E. 1998. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press. ISBN-13: 978-0684841489.

3. ROSS, S.A., WESTERFIELD R.W., JORDAN B.D. 2021. <i>Fundamentals of Corporate Finance</i> . McGraw Hill. ISBN-13: 978-1260772395. 4. TOPSIM Simulation software handbooks.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický jazyk					
Hodnotenie predmetov					
A	B	C	D	E	FX
Poznámky - časová záťaž študenta: 60 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, C): 26 samoštúdium: 13 iné: príprava podkladov a online aktivity: 21					
Vyučujúci: Ing. Lea Šlapiaková, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/39/25	Názov predmetu: Podnikové financie a ekonomika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 52 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístupu ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístupu k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho. 100% záverečné hodnotenie – 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadani. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študenti získajú základné aj pokročilé poznatky z oblasti podnikových financií a ekonomiky. Osvoja si princípy finančného riadenia podniku, finančného plánovania, investičného rozhodovania a riadenia nákladov. Budú rozumieť fungovaniu finančných trhov, kapitálovej štruktúre podnikov a zdrojom financovania. Získajú prehľad o makroekonomických a mikroekonomických faktoroch ovplyvňujúcich podnikateľské prostredie, ako aj o vplyve hospodárskej politiky na podniky. Zručnosti: Študenti si osvoja schopnosť analyzovať finančné výkazy, vyhodnocovať finančnú situáciu podniku a prijímať strategické rozhodnutia na základe ekonomických ukazovateľov. Naučia sa efektívne pracovať s nástrojmi finančného riadenia, zostavovať rozpočty a prognózy, hodnotiť investičné príležitosti a riadiť finančné riziká. Profesijné kompetencie: Študenti budú schopní aplikovať finančné a ekonomické princípy pri riadení podniku a optimalizácii jeho finančnej výkonnosti. Získajú kompetenciu formulovať finančné stratégie, riadiť tok peňazí v podniku a efektívne využívať zdroje financovania. Budú vedieť identifikovať a minimalizovať finančné riziká, navrhovať opatrenia na zvýšenie efektívnosti hospodárenia a hodnotiť ekonomické dopady podnikových rozhodnutí. Prenositel'né kompetencie: Absolvovaním predmetu si študenti rozvinú analytické myslenie a schopnosť pracovať s číselnými údajmi pri ekonomických a finančných rozhodnutiach. Získajú schopnosť logicky argumentovať a efektívne riešiť problémy spojené s finančným riadením podniku.	
Stručná osnova predmetu: - Podnikové financie, podstata a funkcie. - Finančná politika podniku. - Finančné rozhodovanie podniku a jeho základné kategórie. - Finančná a kapitálová štruktúra podniku. - Investičná politika podniku.	

6. Získavanie finančných zdrojov.
7. Kapitálová a finančná štruktúra podniku.
8. Vlastný kapitál podniku.
9. Cudzí kapitál podniku.
10. Finančné plánovanie podniku.
11. Personálna a mzdová politika podniku.
12. Úvod do finančnej analýzy podniku a jej ukazovatele.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. BANDEROVA, I., ZATROCHVÁ, M. 2017. *Podnikové financie - Teoretické a praktické aspekty riadenia*. Spectrum. 150 s. ISBN 978-80-227-4680-9.
2. FETISOVOVÁ, E. a kol. 2020. *Podnikové financie, Zbierka príkladov*, Iura Edition. ISBN 978-80-8078-367-9.
3. REPKOVÁ ŠTOFKOVÁ K. a kol. 2021. *Financie a finančné riadenie*, EDIS. ISBN 978-80-5541-772-1.
4. ZALAI, K. a kol. 2016. *Finančno-ekonomická analýza podniku*. Bratislava. Sprint 2. ISBN 978-80-8971-022-5.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

120 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 52

samoštúdium: 29

iné: spracovanie úloh (zadaní): 39

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: Ing. Lea Šlampiaková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/40/25	Názov predmetu: Právo pre manažérov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a absolvovanie priebežných hodnotení počas semestra. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a absolvovanie priebežných hodnotení počas semestra. 100% záverečné hodnotenie – 100% písomná skúška. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študenti po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študenti získajú základné aj rozšírené poznatky z oblasti práva, ktoré sú relevantné pre manažérsku a podnikateľskú prax. Osvoja si právne predpisy týkajúce sa obchodného, občianskeho, pracovného a správneho práva, ako aj ich uplatňovanie v reálnych situáciách. Budú rozumieť právnym zásadám, procesom uzatvárania a plnenia zmlúv, ochrane spotrebiteľa, ochrane osobných údajov a právnej regulácii podnikateľského prostredia. Nadobudnuté vedomosti im umožnia identifikovať právne riziká, predchádzať právnym sporom a prijímať rozhodnutia v súlade s platnou legislatívou. Zručnosti: Študenti si osvoja schopnosť vyhľadávať, analyzovať a správne interpretovať právne predpisy relevantné pre manažérsku a podnikateľskú prax. Budú schopní formulovať právne argumenty, pripraviť základné právne dokumenty, posudzovať právne riziká a navrhovať vhodné riešenia. Získajú praktické zručnosti v oblasti riešenia sporov, vyjednávania zmluvných podmienok a efektívnej komunikácie s inými profesiami a správnymi orgánmi. Taktiež si rozvinú schopnosť rozhodovať sa na základe právnych a etických zásad. Profesijné kompetencie: Študenti získajú schopnosť uplatňovať právne predpisy v riadení a organizácii podnikov, identifikovať a riešiť právne problémy spojené s podnikateľskou činnosťou. Budú vedieť analyzovať zmluvné vzťahy, posudzovať právne dôsledky obchodných rozhodnutí a efektívne spolupracovať s právnymi odborníkmi. Osvoja si tiež základy dodržiavania právnych predpisov, ochrany osobných údajov a právnej regulácie v hospodárskej oblasti, čo im umožní zabezpečiť právnu istotu a minimalizovať riziká pri výkone povolania. Prenositelné kompetencie: Absolvovaním predmetu si študenti osvoja analytické a kritické myslenie pri riešení právnych otázok v manažérskej praxi. Získajú schopnosť efektívne interpretovať a aplikovať právne predpisy, identifikovať právne riziká a prijímať informované rozhodnutia v súlade s právnym rámcom. Taktiež si rozvinú komunikačné zručnosti pri právnej argumentácii a zlepši sa ich schopnosť riešiť konflikty v obchodnom prostredí.	

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do teórie práva.
2. Úvod do obchodného práva.
3. Obchodné spoločnosti a družstvo.
4. Obchodné záväzkové vzťahy.
5. Živnostenské podnikanie.
6. Hospodárska súťaž a jej ochrana.
7. Úvod do pracovného práva.
8. Individuálne a kolektívne pracovné vzťahy.
9. Štruktúra verejnej správy.
10. Základy správneho konania.
11. Ochrana spotrebiteľa.
12. Vybrané inštitúty práva cestovného ruchu.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. BARANCOVÁ, H. 2022. *Zákonník práce. Komentár*. 3. vydanie. C. H. Beck, 2022. 1624 s. ISBN 978-80-8232-024-7.
2. HAŠANOVÁ, J., DUDOR, L. 2021. *Základy správneho práva*, 5. vyd. Aleš Čeněk s.r.o. 2021. 404 s. ISBN 978-80-7380-842-6.
3. JURČOVÁ, M. a kol. 2014. *Právo cestovného ruchu*. C. H. Beck, 2014. 360 s. ISBN: 978-80-8960-327-5.
4. JURČOVÁ, M. a kol. 2021. *Spotrebiteľské právo*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021. 388 s. ISBN: 978-80-7598-987-1.
5. MALATINEC, T. 2024. *Základy práva pre manažérov*. 1. vyd., Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2024. 149 s. ISBN 978-80-572-0476-3.
6. OVEČKOVÁ, O. a kol. 2017. *Obchodný zákonník. Veľký komentár. Zväzok I*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2017. 3192 s. ISBN: 978-80-8168-573-6.
7. VEČEŘA, M. a kol. 2013. *Teória práva*. 5. rozšírené a doplnené vydanie. Bratislava: Eurokódex, 2013. 360 s. ISBN: 978-80-8155-001-0.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

120 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 39

samoštúdium: 32

iné: práca so zákonmi a vyhláškami: 49

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: JUDr. Ing. Tomáš Malatinec, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/41/25	Názov predmetu: Regionálny marketing
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:	
Druh (P,PV, V): P	
Rozsah: 52 semester	
Metóda: prezenčná	
Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: Marketing	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
- Podmienkou prístúpenia ku skúške je aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania na zvolené témy počas semestra, a to podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania na zvolené témy, a to podľa zadania vyučujúceho a odovzdať vypracované zadania do vopred stanoveného termínu. 100% záverečné hodnotenie – 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadania. Klasifikačný stupeň je určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania:	
Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie:	
Vedomosti: Študent si osvojí základný pojmový aparát súvisiaci s regiónom, regionálnym rozvojom, regionálnou politikou a jej nástrojmi, ako aj so špecifikami regionálneho marketingu. Získa vedomosti o typológii miest a regiónov, ako aj o rôznych typoch aktérov, ktorí zohrávajú úlohu v procese marketingového riadenia regiónov. Porozumie príčinám vzniku regionálneho marketingu, jeho vývojovým tendenciám a podmienkam, ktoré ovplyvňujú jeho implementáciu v rôznych vyšších územných celkoch a turistických regiónoch. Tiež nadobudne znalosti aj v oblasti tvorby regionálnych marketingových stratégií, ich inštitucionalizácie a vplyvu marketingového prostredia na efektívnosť marketingových aktivít v regióne. Zručnosti: Študent bude schopný samostatne analyzovať marketingové prostredie konkrétneho regiónu a identifikovať kľúčových aktérov, ktorí sa podieľajú na jeho rozvoji a prezentácii. Dokáže vytvoriť základný návrh regionálnej marketingovej stratégie, vrátane vhodného využitia nástrojov marketingového mixu, špecifických pre vyššie územné celky a regióny turizmu. Zvládne definovať a popísať produkty a služby miest, obcí a samosprávnych krajov z pohľadu ich hodnoty pre obyvateľov aj návštevníkov regiónu. Prakticky aplikuje získané poznatky pri hodnotení regionálnych disparít v rámci Slovenska a pri navrhovaní možností využitia smart technológií v regiónoch orientovaných na turizmus. Profesijné kompetencie: Študent je odborne spôsobilý pre zastávanie práce referenta na samosprávnom orgáne, študent získa schopnosti orientácie v širokej škále teoretických prístupov k riešeniu praktických otázok, týkajúcich sa reálneho hodnotenia situácie regiónu a navrhovania možných marketingových riešení, je pripravený získať vedomosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia napríklad ako spolutvorca strategického plánu regionálneho rozvoja. Prenositelné kompetencie: Študent si osvojí komunikačné zručnosti v rámci prezentácií seminárnych projektov, analytické schopnosti pri hodnotení silných a slabých stránok, príležitostí a ohrození v rámci regiónu, dokáže efektívne využívať kreatívne techniky, ktoré mu umožňujú nástroje marketingového mixu regiónu, dokáže kultivovane vyjadrovať svoj názor podporený argumentami, flexibilne prehodnocovať meniacu sa situáciu.	

Stručná osnova predmetu:

1. Vymedzenie základných pojmov – región, regionálny rozvoj, regionálna politika a jej nástroje, regionálny marketing.
2. Región ako predmet marketingového skúmania, typológia miest a regiónov, aktéri regionálneho marketingu.
3. Príčiny vzniku regionálneho marketingu. Podmienky uplatňovania regionálneho marketingu.
4. Proces tvorby regionálneho marketingu.
5. Inštitucionalizácia regionálneho marketingu. Marketingové prostredie regiónu.
6. Tvorba a realizácia regionálnej marketingovej stratégie.
7. Nástroje marketingového mixu v regionálnom marketingu.
8. Produkty a služby samosprávnych krajov a regiónov turizmu.
9. Špecifiká marketingovej komunikácie v regiónoch.
10. Tvorba identity regiónu.
11. Regionálne disparity v turistických regiónoch Slovenska.
12. Využitie smart technológií v regiónoch turizmu.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. ALAOUI, Y., ABBA, R. 2019. The R(Evolution) of Territorial Marketing: Toward Identity Marketing. In *Journal of Marketing research and Case Studies*, roč. 2019, 2019, s. 1 – 16. ISSN 2165-7009.
2. BUTORACOVÁ ŠINDLEROVÁ I., HALMO, M. 2019. The use of marketing tools in the management of public institutions in relations to the personality of the manager. In *Marketing Identity*, 2019. s. 1015-1035. ISBN, 978-80-572-0038-3.
3. DORÁZS, T. 2023. Marketing služieb v kontexte cestovného ruchu. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2023. 78 s. ISBN 978-80-572-0409-1.
4. HASSIB, R., ABTISEEM, S. 2018. Territorial marketing: A tool for developing the attractiveness of territories. In *ITU Journal of Faculty of Architecture*, roč. 15, č. 3, 2018, s. 61 – 69.
5. JÁNOŠOVÁ, D. 2015. *Vybrané aspekty regionálneho marketingu*. UCM FMK, Trnava. 114 s. ISBN. 978-80-8105-746-5.
6. JÁNOŠOVÁ, D. 2018. *Možnosti inovatívnych foriem marketingovej komunikácie v regionálnom marketingu*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. 171 s. ISBN 978-80-8105-967-4. 171 s.
7. JANOŠOVÁ, D., LABUDOVÁ, L. 2020. The Impact of Globalization on Regional Marketing. In *SHS Web of Conferences*. [online]. 2020, roč. 74, č. 3, ISSN 2261-2424.
8. KUPEC, V., LUKÁČ, M., ŠTARCHOŇ P., PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ, G. 2020. Audit of museum marketing communication in the modern management context. In: *International Journal of Financial Studies: international, peer-reviewed, scholarly open access journal*. Vol. 8, č. 3 (2020), pp. 1-13. ISSN 2227-7072.
9. LUKÁČ, M., KUPEC, V., PÍSAŘ, P., ŠTARCHOŇ, P. 2021. The interaction between the marketing communications audit and visitors in museum facilities. In: *Communication Today*. Vol. 12, No. 1 (2021), pp. 80-94.
10. LUKÁČ, M., MIHÁLIK, J. 2018. Data Envelopment Analysis - a Key to the Museums' Secret Chamber' of Marketing? In: *Communication Today*. Vol. 9, no.2 (2018), pp. 106-117. ISSN 1338-130X.
11. LUKÁČ, M. a kol. 2024. The Potential of the SocioDemographic Profile of the Visitor in the Museum's Product Strategy. In: *Journal of Ecohumanism*. Roč. 3, č. 4 2024, s. 913-928. ISSN 2752-6798.
12. LOUČANOVÁ, E., ŠTOFKOVÁ-REPKOVÁ, K. 2017. Klastre a marketing na úrovni regiónu. In *Trendy a inovatívne prístupy v podnikových procesoch*, roč. 20. Košice: Technická univerzita v Košiciach, 2017. ISBN 978-80-553-2856-0
13. KOTLER, P. a kol. 2017. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Londýn: Pearson, 2017. 688 s. ISBN 978-0134151922.
14. MARÁKOVÁ, V. 2016. *Marketingová komunikácia v cestovnom ruchu*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2016. 168 s. ISBN 978-80-81683-94-7.
15. MATLOVIČOVÁ, K., MATLOVIČ, R. 2017. *Destinačný marketing pre geografov*. Prešov: Prešovská

univerzita v Prešove. 275 s. ISBN 978-80-555-1892-3.

16. PIKE, S., PAGE, S. J. 2014. Destination Marketing Organizations and destination marketing. A narrative analysis of the literature. In *Tourism Management*. 2014, roč. 41, s. 202 – 227.
17. ŠEBIČ, D., VUJADINOVIČ, S. 2017. Regional development and regional policy. In *Zbornik radova - Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu*, 2017. Univerzita v Belehrade : Centre for Evaluation in Education and Science, 2017. s. 463 – 477. ISSN 1450-7552.
18. VAVREČKA, V. 2016. Present and Future of Marketing Communication in Border Regions. In *Forum Scientiae Oeconomia*. [online]. 2016, roč. 4, č. 4, 2016. ISSN 2300-5947.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

180 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 52

samoštúdium: 78

iné: spracovanie zadání na cvičeniach: 50

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci:

doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.; PhDr. Kristína Melusová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/42/25	Názov predmetu: Regionálny rozvoj
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na cvičeniach a vypracovanie semestrálnej práce a prezentácie zameranej na regionálny rozvoj v turizme. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške nutná minimálne 50 % účasť na cvičeniach a vypracovanie záverečnej práce a prezentácie. - Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent získa prehľad o základných pojmoch regionálneho rozvoja, regionálnej taxonómii, priestorovej štruktúre ekonomiky a lokalizačných faktoroch. Oboznámi sa s kľúčovými teóriami rozvoja regiónov (exogénne a endogénne koncepcie), princípmi konkurencieschopnosti regiónov, úlohou inovácií a znalostí v územnom kontexte, ako aj so strategickým plánovaním a nástrojmi regionálnej politiky EÚ a SR. Zručnosti: Študent sa naučí analyzovať priestorové a ekonomické charakteristiky regiónov, identifikovať rozvojový potenciál a využívať základné nástroje strategického plánovania. Zvládne pracovať s dátami, hodnotiť lokalizačné podmienky a navrhovať opatrenia zamerané na zvýšenie konkurencieschopnosti regiónov. Profesijné kompetencie: Absolvent predmetu je pripravený zapojiť sa do prípravy a realizácie rozvojových stratégií, pracovať v tímoch v oblasti verejnej správy, regionálneho plánovania, miestneho hospodárstva či rozvojových agentúr. Je schopný interpretovať dokumenty regionálnej politiky a navrhovať ich aplikáciu v praxi. Prenositel'né kompetencie: Študent si rozvíja analytické a kritické myslenie, schopnosť syntetizovať poznatky z viacerých oblastí a samostatne pracovať s odbornými textami a dátami. Zároveň si posilňuje tímovú spoluprácu, prezentačné zručnosti a schopnosť navrhovať riešenia komplexných rozvojových problémov, ktoré sú využiteľné aj mimo oblasti regionálneho rozvoja.	
Stručná osnova predmetu: - Regionálny a miestny rozvoj. - Regióny a regionálna taxonómia. - Priestorová koncentrácia ekonomických aktivít - Priestorová štruktúra ekonomiky. - Lokalizačné faktory a aglomeračné externality. - Faktory rozvoja regiónu. - Teórie regionálneho rozvoja - exogénne a endogénne koncepcie. - Regionálna konkurencieschopnosť. - Inovácie, znalosti a územie.	

10. Strategické plánovanie regionálneho rozvoja.
11. Regionálna politika EÚ a SR.
12. Nové trendy v regionálnej politike.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. FISCHER M., NIJKAMP P. 2021. *Handbook of regional science*. Springer Berlin: Heidelberg, 2021. ISBN 978-3-662-60722-0.
2. FRATESI, U. 2023. *Regional policy: Theory and practice*. Taylor a Francis. ISBN 978-1-351-10761-7.
3. MELICHOVÁ, K. VARECHA, L. 2021. *Regionálny a miestny rozvoj*. Nitra: SPU v Nitre, 2021, ISBN 978-80552-2321-6. Dostupné na: <<https://vydavatelstvo.uniag.sk/e-ucebnice/9649-regionalny-a-miestny-rozvoj-9788055223216.html>>.
4. RUSNAK, J., KOREC, P. 2020. *Teória regionálneho rozvoja a výskum regiónov*. Bratislava: UK v Bratislave, 2020. 212 s. ISBN 978-80-233-5059-4.
5. RAJČÁKOVÁ E. 2009. *Regionálny rozvoj a regionálna politika EU a Slovenska*. Bratislava: Geografika. 2009, 136 s. ISBN 978-80-89317-09-7.
6. ŠVEDOVÁ M., DZUROV VARGOVÁ, T. GALLO, P. 2019. *Manažment turizmu v regióne a regionálny rozvoj*. BookMan, 2019. 132 s. ISBN 978-808165-381-0.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 13

iné: vypracovanie semestrálnej práce: 21

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: JUDr. Ing. Tomáš Malatienc, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/43/25	Názov predmetu: Religionistika a turizmus
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na cvičeniach a vypracovanie zadání počas semestra, podľa zadania vyučujúceho - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na cvičeniach a vypracovanie zadání podľa harmonogramu a zadania vyučujúceho. - Absolvovanie písomného testu (max. 60 bodov a min. 33 bodov) a vypracovanie seminárnej práce a jej prezentácia podľa zadania vyučujúceho (max. 40 bodov a min. 23 bodov). - Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent získa stručný prehľad problematiky o monoteistických a polyteistických náboženstvách, bude poznať religionistiku a náboženskú identitu Európy a sveta a jej historické kontexty. V kontexte študijného programu sa naučí základné špecifiká religiózneho turizmu doma a svete, náboženských kulinárií, náboženské tabu a iné. Porozumie najnovším dejinám a súvislostiam s náboženstvom.. Zručnosti: Študent dokáže uplatňovať základné princípy práce s klientami v odvetví turizmu vychádzajúce z náboženských špecifik jednotlivých náboženstiev, študent si osvojí základné informácie potrebné na to, aby rozumel vzťahom a súvislostiam vnímania jednotlivých nábožensiev v európskom a medzinárodnom prostredí. Profesijné kompetencie: Po úspešnom absolvovaní predmetu sa študent dokáže orientovať v historických a súčasných súvislostiach religionistiky. Osvojí si základné poznatky o náboženstvách a ich súčasných prejavoch v európskom prostredí. Na základe získaných vedomostí je schopný orientovať sa v otázkach konfesionalnej skladby Európy a sveta, kultúrnych a náboženských špecifik jednotlivých konfesií a ich význame pre obyvateľov. Prenositelné kompetencie: Študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti, schopnosť prijímať rozhodnutia a niešť zodpovednosť, zdokonalí si strategické a koncepčné myslenie, občianske kompetencie, tímovú prácu, pružnosť v myslení (adaptabilita, flexibilita, improvizácia spôsobilosti).	
Stručná osnova predmetu: - Teória a metodológia religionistiky . - Monoteistické a polyteistické náboženstvá. - Judaizmus. - Kresťanské náboženstvá. - Odraz kresťanstva v tradičnej kultúre Európy.	

6. Islam.
7. Púte a putovanie na pamätné a sakrálné miesta v monoteistických náboženstvách.
8. Religiózný turizmus vo svete.
9. Religiózný turizmus na Slovensku.
10. Spoločnosť a dokumenty pápežov.
11. Cyrilo-metodská misia.
12. Náboženstvo a kulinária.
13. Náboženstvo v najnovších dejinách na Slovensku a v strednej Európe.

Odporúčaná literatúra:

1. BIBLIA. 2023. Starý a Nový zákon. Trnava: SSV.
2. ČERNÁ, J.: National identity in the light of culture tourism application of the reflections of Saint John Paul II. In: *European Journal of Science and Theology*, Vol. 13, no. 6 (2017), pp. 25-33.
3. ČERNÁ, J. 2014. Religiousness and religious tourism in Slovakia: case study. In: *European Journal of Science and Theology*, roč. 10, č. 1. s. 29-37. ISSN 1841-0464.
4. DIGITÁLNA MAPA PÚTNICKÝCH MIEST V4. Dostupné online na: <https://europep-ilgrime.eu/>
5. DOKUMENTY PÁPEŽOV. Dostupné online na: <https://www.kbs.sk/obsah/sekcia/h/dokumenty-a-vyhlasenia/p/dokumenty-papezov>
6. FRANEK, J. 2022. *Judaizmus. Kniha o Židovskej kultúre, histórii a náboženstve*. Bratislava: Marenčin PT. ISBN-13: 978-80-569-1031-3.
7. GAVENDA, M. 2011. *Nekonečné horizonty kardinála Korca*. Bratislava: Perfekt, ISBN-13: 978-80-8046-564-3.
8. GEMEŠOVÁ, G. 2015. *Religionistika*, Prešov: Prešovská univerzita v Prešove. ISBN 978-80-555-1468-0.
9. GLASENAPP, H. 2009. *Päť svetových náboženstiev*. Bratislava: Talentum, ISBN-13: 978-80-88979-60-9.
10. HEJNA, D.. 2010. *Náboženství a společnost. Věda o náboženství a její historické kořeny*. Praha: Grada Publishing. ISBN-13: 978-80-247-2427-0.
11. KEČKA, R. 2015. *Vybrané kapitoly z kresťanstva*. Bratislava: Stimul.
12. Kolektív. 2014. *Islám*. Bratislava: Ikar. ISBN-13: 978-80-551-0723-3.
13. KOMOROVSKÝ, J. 1994. *Religionistika: Veda o náboženstvách sveta a jej pomocné disciplíny*. Bratislava: UK. ISBN-13: 978-80-223-0823-4.
14. KORÁN. 2016. Bratislava: Epos.3
15. LACKO, M. 2011. *Svätí Cyril a Metod*. Trnava: Dobrá kniha. ISBN 978-80-7141-711-8.
16. MORAVČIKOVÁ, M., NÁDASKÁ, K. 2011. *Nová religiozita*. Bratislava: Ústav pre vzťahy štátu a cirkvi, ISBN-13-978-80-89096-52-7.
17. PARTRIDGE, CH. 2006. *Lexikon světových náboženství*. Praha: Slovart. ISBN-13: 978-80-7209-796-8.
18. PAVLICOVÁ, H., HORYNA, B. 2003. *Judaismus, křesťanství, islám*. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, ISBN 80-7182-165-9.
19. SLODIČKA, A. 2009. *Svetové náboženstvá vo filozofickom a religionistickom kontexte*. Prešov: Prešovská univerzita. ISBN-13: 978-80-8068-968-1
20. ŠTAMPACH, O. I. 2008. *Přehled religionistiky*. Praha: Portál, ISBN-13: 978-80-7367-384-0.
21. ŠTELMACHOVIČ BUMOVÁ, I. 2020. *Úvod do judaizmu*. Bratislava: Stimul.
22. TIŽÍK, M. 2011. *Náboženstvo vo verejnom živote na Slovensku*. Bratislava: Veda. ISBN-13: 978-80-8554-472-5.
23. ZUBKO, P.. 2019. *Kapitoly z dejín mariánskej úcty*. Nadlak: Vydavateľstvo Editura.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26					
samoštúdium: 13					
iné: vypracovanie zadání: 21					
Hodnotenie predmetov					
Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: Ing. Jana Černá, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/44/25	Názov predmetu: Semestrálny projekt I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaná semester: 2.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania počas semestra podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania podľa zadania vyučujúceho. - Spracovanie a prezentovanie záverečnej správy z projektu (20 bodov), spracovanie podkladov pre prieskum a realizácia prieskumu (80 bodov). Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent získa prehľad o kľúčových problémoch dotazníkového šetrenia. Naučí sa správne formulovať otázky a vyhodnocovať získané údaje tak, aby ich vedel využiť pre pri plánovaní a rozvoji projektu a porozumie logike prípravy realizácie a vyhodnocovania dotazníkového prieskumu. Zručnosti: Študent získa zručnosť v tímovej spolupráci a to predovšetkým v kreatívnej fáze tvorby dotazníka. Nadobudne zručnosť formulovania otázok prospešných pre identifikáciu kľúčových informácií, s reálnou možnosťou vyhodnocovania získaných dát. Profesijné kompetencie: Študent získa schopnosti zamerané na zísanie objektívnej spätnej väzby od potenciálnych ako aj realných zákazníkov. Naučí sa s touto spätnou väzbou pracovať vyhodnotiť ju a vyvodiť závery. Prenositel'né kompetencie: Študent predmetu si osvojí analytické a prezentačné schopnosti, naučí sa využívať strategické a koncepčné myslenie a upevní si schopnosť prijímať rozhodnutia a niesť zodpovednosť.	

Stručná osnova predmetu:

1. Základy kvalitatívneho výskumu.
2. Základy kvantitatívneho výskumu.
3. Charakteristika a význam dotazníkového šetrenia.
4. Vytvorenie podkladov pre dotazníkový prieskum.
5. Diskusia a odôvodnenie výberu otázok.
6. Uskutočnenie prieskumu I.
7. Uskutočnenie prieskumu II.
8. Vypracovanie návrhov opatrení na základe získaných dát z prieskumu.
9. Tvorba pilotného návrhu projektu.
10. Diskusia o predložených návrhoch a odporúčania k prepracovaniu.

11. Dopracovanie témy, spracovanie finálneho konceptu projektu. 12. Príprava na prezentáciu. 13. Prezentácia výsledkov.					
Odporúčaná literatúra: 1. CARNEGIE D. 2016. <i>Ako si získavať priateľov a pôsobiť na ľudí</i> , IKAR, 256 s. ISBN 9788055149134, 2. COLLINS, H. 2017. <i>Teorie a praxe výzkumu v oblasti tvůrčích odvětví</i> . Barrister & Principal, 212 s. ISBN 9788074851254. 3. LEDDEN E. 2018. <i>Úspěšná prezentace</i> , Grada. ISBN 9788024729121. 4. NOVOTNÁ H. 2020. <i>Metody výzkumu ve společenských vědách</i> . Praha: Fakulta humanitních studií Univerzity Karlovy v Praze, 496 s. ISBN 9788075710253. 5. PEYTCHEVA E., YAN T. 2025. <i>A Practical Guide to Survey Questionnaire Design and Evaluation</i> . Londýn: Routledge. ISBN 978-1-003-36782-6. 6. ŠIROKÝ J. a kol. 2019. <i>Psaní a prezentace odborných textů</i> 200 s. ISBN 9788075023407 7. TEREK M. 2019. <i>Dotazníkové prieskumy a analýzy získaných dát</i> . Bratislava: Equilibria. ISBN 9788081432477. 8. WESTFALL, C. 2012. <i>The New Elevator Pitch - The Definitive Guide to Persuasive Communication in the Digital Age</i> 214 s. ISBN-13: 978-0985414818.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk					
Poznámky - časová záťaž študenta: 90 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, C): 26 samoštúdium: 23 iné: príprava a vypracovanie semestrálneho projektu (zadaní): 41					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: Ing. Jozef Kučera, PhD., MSc.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/45/25	Názov predmetu: Semestrálny projekt II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a seminároch a vypracovanie zadania počas semestra podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania podľa zadania vyučujúceho. - Odovzdanie semestrálnej práce v stanovenom termíne, mieste, forme, rozsahu a obsahu podľa zadania (zameranie témy projektu musí byť v kontexte obsahu výuky preberanej v druhom semestri štúdia). - Miera započítania priebežného hodnotenia: fyzická realizácia konkrétneho projektu: 50%, správa z projektu 50%. - Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent získa špecifické vedomosti zo stanovenia, plánovania a realizácie projektu menšieho rozsahu, ktorého náročnosť zodpovedá stupňu poznania, vedomostiam a zručnostiam v prvom stupni štúdia. Zručnosti: Študent dokáže konštruktívne naplánovať realizáciu projektu (eventu) zameraného na oblasť turizmu v menšom rozsahu, v rátane zadefinovania všetkých zdrojov a naplánovania konkrétneho programu. Študent dokáže riešiť dielčie časti projektu. ale aj komplexne spracovať všetky podklady a následne ich uplatniť pri samotnej realizácii. Študent si osvojí komplexný a interdisciplinárny prístup k riešeniu projektu a zefektívni komunikačné zručnosti. Profesijné kompetencie: Študent je odborne spôsobilý pre organizáciu eventov v menšom rozsahu v oblasti turizmu. Je schopný samostatne flexibilne riešiť problémy tak pri plánovaní, ako aj pri samotnej realizácii projektu. Absolvent predmetu bude schopný prostredníctvom analytických metód zhodnotiť úspešnosť realizovaného projektu a následne navrhnúť opatrenie na zlepšenie do budúcnosti. Prenositelné kompetencie: Študent bude schopný samostatne respektíve tímovu koncepčne pracovať, podľa požiadaviek konkrétneho zamerania.	
Stručná osnova predmetu: - Diskusia o predložených témach a ich výber. - Rešerš témy, navrhovanie základného konceptu. - Kontrola rozpracovanosti I. - Rozpracovanie témy.	

5. Kontrola rozpracovanosti II.
6. Dopracovanie témy, príprava na prezentáciu.
7. Prezentovanie plánu realizácie projektu I.
8. Prezentovanie plánu realizácie projektu II.
9. Realizácia projektu v praxi I.
10. Realizácia projektu v praxi II.
11. Realizácia projektu v praxi II.
12. Zhodnotenie výsledkov realizovaného projektu.
13. Spracovanie hodnotiacej správy z projektu.

Odporúčaná literatúra:

1. ŠIROKÝ J. a kol. 2019. *Psaní a prezentace odborných textů* 200 s. ISBN 9788075023407.
2. LEDDEN, E. 2018. *Úspěšná prezentace*, Grada, 176 s. ISBN 9788024729121.
3. REMIŠOVÁ A. 2015. *Súčasný trendy podnikateľskej etiky. Od teórie k praxi*. Bratislava: Wolters Kluwer ,260 s. ISBN 9788081682131.
4. GOELDNER C.R., RITCHIE, J.R.B. 2014. *Cestovní ruch - Principy, příklady, trendy*. BIZBOOKS, 545 s. ISBN: 978-80-251-2595-3.
5. NOVÁKOVÁ, R., KOLLÁROVÁ, D., TOMÁNKOVÁ, A. 2012. *Marketingové komunikačné stratégie – prípadové štúdie*. FMK Trnava, 357 s. ISBN 978-80-8105-359-7.
6. DOHNAL, J., POUR, J. 2016. *IT v řízení podniku*. Professional Publishing. ISBN 978-80-7431-160-4.
7. HUŽVÁR, J., LACO, P. 2014. *InForma:čné technológie v ekonomickej praxi - Materiály k softvérovému produktu PALSTAT CAQ* Wolters Kluwer. ISBN 978-80-8168-084-7.
8. WESTFALL C. 2012. *The New Elevator Pitch - The Definitive Guide to Persuasive Communication in the Digital Age* 214 s. ISBN-13: 978-0985414818.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

90 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 23

iné: príprava a vypracovanie semestrálneho projektu (zadaní): 41

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Ján Ganobčík, MSc.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/46/25	Názov predmetu: Semestrálny projekt III.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester: 4.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístupu ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania počas semestra podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístupu k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania podľa zadania vyučujúceho. - Odovzdanie semestrálnej práce v stanovenom termíne, mieste, forme, rozsahu a obsahu podľa zadania (zameranie témy projektu musí byť v kontexte obsahu výuky preberanej v druhom semestri štúdia). - Miera započítania priebežného hodnotenia: fyzická realizácia konkrétneho projektu: 50%, správa z projektu 50%. - Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent získa špecifické vedomosti z oblasti plánovania, organizácie a realizácie marketingových podujatí rôzneho rozsahu. Osvojí si teoretické východiská event marketingu, jeho miesto v rámci marketingového mixu a význam pri budovaní značky a vzťahov so zákazníkmi. Zručnosti: Študent bude schopný samostatne a kreatívne naplánovať, pripraviť a zrealizovať podujatie s cieľom efektívne komunikovať marketingové posolstvo. Zvládne identifikovať cieľové skupiny, definovať ciele eventu, zostaviť harmonogram a rozpočet, zabezpečiť potrebné zdroje a spoluprácu s partnermi. Osvojí si praktické zručnosti v oblasti projektového manažmentu, tímovej spolupráce a prezentačných techník. Bude schopný vyhodnotiť úspešnosť podujatia pomocou vhodných analytických nástrojov. Profesijné kompetencie: Študent bude odborne spôsobilý plánovať a riadiť marketingové podujatia v rôznych oblastiach praxe – najmä v turizme, kultúre, službách a firemnej komunikácii. Dokáže flexibilne reagovať na nepredvídané situácie počas realizácie eventu a prijímať efektívne rozhodnutia. Získa schopnosť prepojiť marketingové ciele s konkrétnym formátom podujatia a zabezpečiť jeho súlad s identitou a hodnotami zadávateľa. Prenositelné kompetencie: Študent bude schopný samostatne alebo v tíme koncepčne pracovať, prevziať zodpovednosť za jednotlivé fázy projektu, komunikovať naprieč oddeleniami alebo s externými partnermi a prezentovať výsledky práce pred odborným publikom. Osvojí si zručnosti aplikovateľné aj v iných oblastiach marketingu a manažmentu.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do event marketingu, typológia eventov, úloha podujatí v marketingovej komunikácii.	

2. Brainstorming a výber témy/konceptu eventu podľa zadania a cieľovej skupiny.
3. Prieskum (rešerš) trhu a inšpirácií – prípadové štúdie úspešných eventov.
4. Návrh základného konceptu podujatia – ciele, cieľová skupina, formát, miesto, čas.
5. Kontrola rozpracovanosti I. – spätná väzba k návrhu konceptu.
6. Plánovanie zdrojov – rozpočet, ľudské zdroje, logistika, komunikácia a propagácia.
7. Kontrola rozpracovanosti II. – kontrola plánovacích dokumentov a komunikácie.
8. Príprava vizuálnej a komunikačnej identity eventu – marketingové nástroje v praxi.
9. Prezenterovanie detailného plánu realizácie podujatia I – tímová prezentácia.
10. Prezenterovanie detailného plánu realizácie podujatia II – individuálne doplnenia.
11. Realizácia eventu v praxi – organizačné zabezpečenie.
12. Realizácia eventu v praxi – realizačné zabezpečenie.
13. Spracovanie hodnotiacej správy z eventu a návrhy na zlepšenie do budúcnosti.

Odporúčaná literatúra:

1. BUVALOVÁ, H. 2016. *Efektivita event marketingu*. Brno, 2016. Bakalárska práca. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správna fakulta.
2. DOHNAL, J., POUR, J. 2016. *IT v řízení podniku*. Professional Publishing.
3. GETZ, D., PAGE, S. J. 2016. *Progress and prospects for event tourism research*. Tourism Management, 52, 593–631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>.
4. JAWOROWICZ, P., JAWOROWICZ, M. 2016. *Event marketing w zintegrowanej komunikacji marketingowej*. Warszawa: Difin, 2016. ISBN 978-83-7930-999-5.
5. RITCHIE, J. R. B. 2014. *Cestovní ruch – Principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks. ISBN: 978-80-251-2595-3.
6. ŠINDLER, P. 2003. *Event marketing: Jak využít emoce v marketingové komunikaci*. Praha: Grada, ISBN 80-247-0444-1.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

90 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 23

iné: príprava a vypracovanie semestrálneho projektu (zadaní): 41

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Ján Ganobčík, MSc.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/47/25	Názov predmetu: Služby v turizme a hotelierstve
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: • V priebehu semestra sa od študenta vyžaduje aktívna účasť na cvičeniach a prednáškach, spracovanie a prezentácia semestrálnej práce na zadané témy v priebehu cvičení. • V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie semestrálnej práce na zadané témy vyučujúcim. • 100% záverečné hodnotenie – 70% písomná skúška, 20% spracovanie zadání, 10 % aktivita na cvičeniach. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: 1. Vedomosti: Študent predmetu získa poznatky v trajektórii času spojené s históriou turizmu, od obdobia starého práva a slobody cestovania až po moderné formy turizmu. Získa prehľad o významných historických udalostiach, ktoré ovplyvnili vývoj turizmu, voľného času, jeho manažment, funkcie, formy a stratégie jeho organizácie. V neposlednom rade získa široké spektrum vedomostí, ktoré sa týkajú animačných služieb a eventového manažmentu. Tieto vedomosti poskytnú študentovi široký a hĺbkový pohľad na rôzne oblasti turizmu, voľného času a organizovania podujatí, čo je základom pre jeho ďalšie profesionálne zručnosti a uplatnenie v praxi. 2. Zručnosti: Študent dokáže samostatne organizovať a manažovať voľný čas, tvoriť a realizovať animačné programy, manažovať animačné tímy, koordinovať a organizovať rôzne eventové podujatia. Tieto zručnosti umožnia študentovi efektívne organizovať, riadiť a hodnotiť podujatia a animačné aktivity v oblasti turizmu 3. Profesijné kompetencie: Študent získa analytické, organizačné a hodnotiace schopnosti, manažérske a komunikačné kompetencie, spôsobilosť tvoriť a implementovať eventové programy. Tieto kompetencie mu umožnia úspešne vykonávať rôzne profesijné úlohy v oblasti turizmu, organizovania podujatí a riadenia animačných a eventových služieb. 4. Prenositelné kompetencie: Študent predmetu si osvojí kompetencie, ktoré sú významné v rôznych profesijných oblastiach a to komunikačné, analytické i organizačné zručnosti, schopnosť efektívne spolupracovať v tímovom prostredí, koordinovať úlohy, podporovať spoluprácu a riešiť konflikty. Je schopný zrealizovať vlastný koncept animačných služieb.	
Stručná osnova predmetu: 1. História turizmu - obdobie starého práva slobody cestovania. Etapy vývoja turizmu a chronológia významných udalostí spojených s vývojovými etapami. 2. Faktory účasti na turizme, ich vzájomná súvislosť a prepojenosť s časom a voľným časom. Historický vývoj voľného času. Funkcie, analýzy a možnosti merania voľného času.	

3. Vplyv prostredia na trávenie voľného času. Edukácia ako súčasť trávenia voľného času.
4. Manažment voľného času a jeho formy. Vekové špecifiká vo voľnom čase.
5. Animačné služby. Vznik, vymedzenie a význam animácie v kontexte turizmu. Animácia ako filozofia.
6. Animovaná starostlivosť o hosťa. Podmienky animácie v stredisku turizmu.
7. Animátor ako manažér. Úlohy, zodpovednosti, zručnosti a klasifikácia animátorov. Animačné tímy.
8. Proces tvorby animačného programu.
9. Kongresové služby. Podstata a funkcie kongresového turizmu. Klasifikácia kongresových podujatí. Materiálne a organizačné podmienky poskytovania kongresových služieb.
10. Výstavné a veľtrhové podujatia.
11. Subjekty, príprava realizácie účasti na výstavných a veľtrhových podujatiach.
12. Eventové služby. Organizovanie a realizovanie rôznych druhov podujatí - konferencie, firemné akcie.
13. Organizovanie a realizovanie teambuildingov.

Odporúčaná literatúra:

1. BABIAR, M. 2013. *Outdoorové animácie v cestovnom ruchu*, vyd. STAGEMAN. ISBN 9788393716418.
2. BACZEK, J.B. 2014. *Animácia voľného času, e-kniha*. STAGEMAN, 115 s. ISBN 978-83-928702-2.
3. BEREDECKÁ, J. a kol. 2023. *Marketing cestovného ruchu*. 1.vyd. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita. 218 s. ISBN 978-80-552-2595-1.
4. BERESECKÁ, J. a kol. 2023. Use of movable cultural heritage through libraries in Slovakia. In *Economics and Culture: Scientific Journal*, roč. 20, č. 2. s. 1-11. ISSN 2255-7563.
5. ČERNÁ J., NOVÁKOVÁ, P. 2019. Animation in Tourism as a Marketing Tool for Destination Management Organizations. In *Journal of Tourism and Services*.
6. ORIEŠKA, J. 2011. *Služby v cestovnom ruchu*. 1. vyd. Banská Bystrica : DALI-BB, s.r.o. pre Slovak-Swiss Tourism, 150 s. ISBN 078-80-8909%0-94-5.
7. PAGE, S. J. 2019. *Tourism Management*. 6th ed. Londýn: Routledge. 528 s. ISBN 9780429422898 <https://doi.org/10.4324/9780429422898>.
8. RICHARDS, G. 2011. *Creativity and Tourism: The State of the Art*. Annals of Tourism Research. 38. 10.1016/j.annals.2011.07.008.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

120 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 39

samoštúdium: 32

iné: spracovanie zadání (semestrálna práca): 49

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. Ing. Janka Beresecká, PhD., MSc.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/48/25	Názov predmetu: Sprievodcovská činnosť v turizme
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 5.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístupu ku skúške je aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie praktických kreatívnych zadaní na zvolené témy počas semestra, a to podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístupu k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadaní na zvolené témy, a to podľa zadania vyučujúceho a odovzdať vypracované zadania do vopred stanoveného termínu. 100% záverečné hodnotenie – 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadaní. Klasifikačný stupeň je určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: študent získava základný pojmový aparát z problematiky ekonomiky cestovného ruchu, náboženstiev sveta a filozofických smeroch dejín umenia, študent je informovaný o základnom rámci využívania teoretických poznatkov a metodických východiskách pre sprievodcovskú činnosť ako súčasť turizmu, študent porozumie technikám sprievodcovskej činnosti v medzinárodnom i domácom kontexte, študent pozná najdôležitejšie povinnosti týkajúce sa pracovnej agendy sprievodcu cestovného ruchu, študent sa orientuje v základnej typológii návštevníkov a v technikách sprevádzania osôb s osobitnými požiadavkami, študent ovláda podstatu etického kódexu sprievodcov cestovného ruchu a pozná súvislosti spoločenského protokolu sprievodcu. Zručnosti: študent si rozvíja asertívne zručnosti, komunikačné a prezentačné schopnosti v rámci praktického workshopu na konkrétnej tematickej trase, študent dokáže uplatňovať základné princípy pútavého vystupovania pri vykonávaní sprievodcovskej činnosti, študent je schopný využiť metódy a techniky sprievodcovskej činnosti pri sprevádzaní návštevníkov v jednotlivých destináciách a turistických atraktivitách, študent si osvoji základné informácie potrebné na to, aby rozumel základným vzťahom a súvislostiam pri kooperácii sprievodcov a cestovných kancelárií, študent vie vzbudiť i živý záujem a vytvoriť tak dôverný vzťah medzi sprievodcom a mestom a svojim postojom a správaním dokáže pozitívne ovplyvniť návštevníkov pre opätovnú ďalšiu návštevu mesta, regiónu, či Slovenska. Profesijné kompetencie: študent je odborne spôsobilý pre výkon sprievodcu cestovného ruchu, študent je pripravený získať vedomosti a zručnosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia v rámci turistického zájazdu a sprevádzania v atraktivitách cestovného ruchu, študent vie zostaviť a naplánovať turistický zájazd, vrátane itineráru, denníka sprievodcu a vyúčtovania akcie, študent získa schopnosť bez stresu a s istotou pripraviť si zaujímavý a pútavý výklad pre turistov, má schopnosť oživovať voľný čas účastníkom cestovného ruchu organizovaním rôznych aktivít.	

4. **Prenositel'ne kompetencie:** študent predmetu si osvojí komunikačné a rétorické zručnosti pri sprevádzaní návštevníkov, vie aplikovať neverbálnu komunikáciu v turistickej praxi, študent má pružnosť v myslení a ovláda improvizáciu pri sprevádzaní návštevníkov, študent získa schopnosť prijímať rozhodnutia a niešť zodpovednosť za turistický zájazd, má analytické schopnosti a vie riešiť problémy pri mimoriadnych situáciách v priebehu zájazdu, študent dokáže efektívne využívať kreatívne techniky pri komunikácii s rôznymi skupinami návštevníkov, študent ovláda základné vzorce kultivovaného a odborného ústneho prejavu.

Stručná osnova predmetu:

1. Sprievodcovská činnosť ako súčasť turizmu.
2. Klasifikácia sprievodcovskej činnosti.
3. Genéza sprievodcovskej činnosti. Metodika sprievodcovskej činnosti.
4. Etický kódex členov Slovenskej spoločnosti sprievodcov.
5. Sprievodcovská činnosť v medzinárodnom kontexte a medzinárodná štandardizácia prípravy sprievodcov v turizme.
6. Sprievodcovská činnosť v SR.
7. Kooperácia sprievodcov a cestovných kancelárií.
8. Informačné zdroje na prípravu sprievodcu.
9. Pracovná agenda sprievodcu. Spoločenský protokol sprievodcu.
10. Typológia návštevníkov a ich hodnotenie. Sprevádzania osôb s osobitnými požiadavkami.
11. Výpovedná hodnota neverbálnej komunikácie v práci sprievodcu.
12. Ekonomika cestovného ruchu. Náboženstvá sveta a filozofické smery dejín umenia.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. ČERTÍK, M. a kol. 2001. *Cestovní ruch - vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF. 2001. 350 s. ISBN 80-238-6275-8.
2. GÚČIK, M. 2000. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB a Občianske združenie Ekonómia, 2000. 152 s. ISBN 978-80-8055-355-6.
3. KUNEŠOVÁ, E. - NEDVĚDOVÁ, A. 1992. *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada, 1992. 206 s. ISBN 978-80-85623-32-3.
4. LUKÁČ, M. 2016 Museum visitors in the whirlpool of social and demographic changes. In: *Selected problems of demographic trends*. Beroun: Nakladatelství Eva Rozkotová Publishing, 2016. s. 118-141. ISBN 978-80-87488-24-9.
5. MELICHÁREK, M. 1999. *Řešení modelových situací v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis, 1999. ISBN 978-80-901462-2-8.
6. ORIEŠKA, J. 1999. *Metodika činnosti sprievodcu cestovného ruchu*. Banská Bystrica. Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 1999. 205 s. ISBN 978-80-8055-232.
7. ORIEŠKA, J. 2007. *Sprievodcovská činnosť v cestovnom ruchu*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 2007. 135 s. ISBN 978-80-89090-35-8.
8. ORIEŠKA, J. 2011. *Služby v cestovnom ruchu*. Banská Bystrica, Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2011. 138s. ISBN 978-80-89090-93-8.
9. SEIFERTO VÁ, V. a kol. 2013. *Průvodcovské činnosti*. Grada: Praha, 2013. 204 s. ISBN 978-80-247-4807-8.
10. TEGZE, O. 2003. *Neverbální komunikace*. Praha: Computer Press, 2003. 482 s. ISBN 978-80-7226-429-X.
11. WAGE, J. 2002. *Řeč těla jako účinný nástroj prodeje*. Praha: Management Press, 2002. 116 s. ISBN 978-80-7261-023-6.
12. Slovenská spoločnosť sprievodcov cestovného ruchu: Etický kódex členov SSSCR.
13. Zákon č. 281/2001 Z. z. o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a o zmene a doplnení Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov.
14. Zákon č. 568/2009 Z. z. o celoživotnom vzdelávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

60 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, C): 26 samoštúdium: 13 iné: vypracovanie zadání: 21					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/49/25	Názov predmetu: Štatistika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: • Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. • V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho. • 100% záverečné hodnotenie – 50% písomná skúška, 50% spracovanie zadani. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: 1. Vedomosti: Študent si osvojí fundaméntálne princípy pravdepodobnosti a štatistického uvažovania, vrátane výpočtu pravdepodobnosti jednoduchých aj komplexných javov prostredníctvom analytických metód. Získa poznatky o inferenčnej štatistike, konkrétne o testovaní hypotéz, analýze rozptylu, testovaní rozdielov medzi priermi, testovaní početností, parametrických a neparametrických testoch (testy zhody, testy nezávislosti, testy extrémnych odchýlok). Naučí sa určovať charakteristiky základného súboru, realizovať bodové a intervalové odhady, ako aj určovať intervaly spoľahlivosti pre vybrané parametre (priemer, rozptyl, parameter binomického rozdelenia). 2. Zručnosti: Študent bude schopný analyzovať štatistické údaje prostredníctvom adekvátnych kvantitatívnych metód, identifikovať a interpretovať deskriptívne charakteristiky základných štatistických súborov a aplikovať príslušné štatistické nástroje na spracovanie dát. Ovládne prácu v prostredí špecializovaných softvérových riešení (napr. SPSS, Jazyk R) a zároveň bude vedieť efektívne využívať funkcionality bežne dostupných tabuľkových procesorov (napr. Microsoft Excel) na účely vizualizácie, výpočtu a interpretácie štatistických ukazovateľov. 3. Profesijné kompetencie: Študent nadobudne schopnosť samostatne implementovať postupy zberu, spracovania a vyhodnocovania údajov získaných prostredníctvom hromadného zisťovania alebo merania špecifických znakov. Bude disponovať spôsobilosťou aplikovať štatistické metódy na analýzu jednorozmerných aj viacrozmerných premenných v kontexte hodnotenia a optimalizácie technických a ekonomických procesov. Dokáže identifikovať a analyzovať vplyv determinantov, kvantifikovať vzťahy medzi premennými, verifikovať predpoklady modelov a odhadovať charakteristiky sledovaných javov a procesov. 4. Prenositel'né kompetencie: Študent nadobúda schopnosť analytického a logického uvažovania, aplikácie kvantitatívnych prístupov pri riešení problémov a vyvodzovania záverov na základe štatistických údajov. Získa kompetencie v oblasti efektívneho plánovania, organizácie práce a samostatného spracovania dát. Osvojí si digitálne zručnosti pri využívaní softvérových nástrojov na štatistickú analýzu a nadobudne schopnosť prezentovať výsledky analýz.	

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do štatistiky – základné pojmy, úlohy a rozdelenie štatistiky.
2. Zdroje štatistických údajov, metódy zberu a triedenia dát.
3. Grafická a tabuľková prezentácia údajov.
4. Charakteristiky strednej polohy – aritmetický priemer, medián, modus.
5. Charakteristiky variability – rozptyl, smerodajná odchýlka, variačný koeficient.
6. Základy teórie pravdepodobnosti I.
7. Základy teórie pravdepodobnosti II.
8. Náhodné premenné – diskkrétne a spojité rozdelenia.
9. Vybrané rozdelenia pravdepodobnosti – binomické, Poissonovo, normálne.
10. Bodové a intervalové odhady parametrov základného súboru.
11. Testovanie hypotéz – základné princípy, typy hypotéz a chýb.
12. Parametrické testy – testovanie priemerov, rozptylov, dobrá zhoda.
13. Neparametrické testy – testy nezávislosti, extrémnych odchýlok a poradia.

Odporúčaná literatúra:

1. BROM, O., ŘEHÁK J. SPSS – Praktická analýza dat, 2015, 320 s. ISBN: 978-80-251-4609-5.
2. CHAJDIK, J. 2013. Štatistika jednoducho v Exceli. Bratislava: Statis, 2013. 344 s. ISBN 978-80-85659-74-0.
3. KALINA, M., BACIGÁL, T., SCHIESSLOVÁ, A. 2010 Základy pravdepodobnosti a matematickej štatistiky, STU. ISBN 9788022732734.
4. LABUDOVÁ, V. PACÁKOVÁ V., SIPKOVÁ, L. 2021. Štatistické metódy pre ekonómov a manažérov, Bratislava: Wolters Kluwer, ISBN 9788057104018.
5. PACÁKOVÁ V. a kol. 2009. Štatistické metódy pre ekonómov, 2009, 411 s. ISBN: 978-80-8078-284-9.
6. SEDLAČIK, M., NEUBAUER, J., KRÍŽ, O. 2016. Základy štatistiky - Aplikace v technických a ekonomických oborech - 2., rozšírené vydání, Praha: Grada, 280 s. ISBN 9788024757865.
7. SOMORČÍK, J., TEPLÍČKA, I. 2015. Štatistika zrozumiteľne. Vydavateľstvo Enigma, ISBN 9788081330421.
8. SOUKUP, P. 2022. Pokročilá analýza dat v SPSS a AMOS, 2022, 288 s. ISBN: 978-80-210-9935-7.
9. TEREK, M. 2019. Dotazníkové prieskumy a analýzy získaných dát, 2019, 202 s. ISBN: 978-80-8143-247-7.
10. VESELÝ, P., NOVÁKOVÁ, K. 2021. Jazyk R a tvorba grafů, 2021, 256 s. ISBN: 978-80-271-3137-2.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

120 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 39

samoštúdium: 32

iné: spracovanie zadani: 49

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: Ing. Stanislava Honzová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/50/25	Názov predmetu: Štátna skúška
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P / predmet štátnej skúšky Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 10	
Odporúčaný semester štúdia: 6.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Úspešné absolvovanie štátnej skúšky z vybraných okruhov predmetov minimálne na úrovni E. - Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Vedomosti, zručnosti a kompetencie popísané v profile absolventa študijného programu.	

Stručná osnova predmetu: - Makroekonómia, mikroekonómia a financie. - Podnikové financie. - Podnikanie v malých a stredných podnikoch. - Marketing a regionálny marketing. - Turizmus, hotelierstvo a udržateľný turizmus. - Manažment, inovačný manažment a interkultúrny manažment.					
Odporúčaná literatúra: Literatúra uvedená v informačných listoch vybraných predmetov					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk					
Poznámky - časová záťaž študenta: 300 hodín, z toho: samoštúdium a rešerš literatúry: 140 opakovanie a prehĺbenie poznatkov z nosných oblastí študijného programu: 160					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: Členovia komisie pre štátne záverečné skúšky bakalárskeho štúdia					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/51/25	Názov predmetu: Turizmus a hotelierstvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 52 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: • Podmienkou prístúpenia ku skúške je aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie semestrálnych zadanií podľa stanovenej témy, rozsahu a časového harmonogramu. • V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia ku skúške minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadanií podľa stanovenej témy, rozsahu a časového harmonogramu. • Záverečné hodnotenie 100% – z toho skúška 60 %, spracovanie zadanií na cvičeniach 40%. Klasifikačný stupeň je určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: 1. Vedomosti: Študent predmetu získa základný pojmový aparát z teórie v oblasti turizmu a hotelierstva, nadobudne prehľad o klasifikácii turizmu, historickom vývoji tohto odvetvia, oboznámi sa so základnou charakteristikou dopytu a aktuálnymi charakteristikami v spotrebiteľskom správaní v turizme a tiež o ponuke v turizme. Študent získa vedomosti o inštitucionálnom zázemí odvetvia turizmu a podnikoch poskytujúcich služby v turizme vrátane ubytovacích zariadení. Študent nadobudne poznatky o cieľových miestach v turizme a inováciách v odvetví. Porozumie významu turizmu pre rozvoj národnej a svetovej ekonomiky a bude poznať najnovšie trendy v domácom aj medzinárodnom prostredí. 2. Zručnosti: Študent dokáže uplatňovať základné vedomosti a zručnosti pri manažérskom riadení a rozhodovaní v sektore turizmu, študent je schopný realizovať analýzy základných procesov v odvetví turizmu ako je nákupné správanie konečných spotrebiteľov na trhu turizmu ako aj vo sfére ubytovacích zariadení, ostatných podnikov, organizácií, cieľových miest a vlád. Vie pracovať so základnými pojmami a terminológiou z oblasti turizmu, je schopný aplikovať zručnosti pri rozhodovaní o inštrumentáriu organizácií pôsobiacich v odvetví turizmu. 3. Profesijné kompetencie: Študent je schopný aplikovať najnovšie poznatky z odvetvia turizmu do podnikovej aj regionálnej sféry a je orientovaný v širokej škále najnovších trendov. Dokáže formulovať konkrétne opatrenia smerujúce k posilneniu konkurencieschopnosti ubytovacích zariadení a podnikov v turizme ako aj cieľových miest na lokálnej, regionálnej aj národnej úrovni. Vie rozpoznať potreby spotrebiteľov v odvetví ako aj potreby organizácií a navrhnúť možné opatrenia pre ich naplnenie. Študent je pripravený získané vedomosti uplatniť v praxi po absolvovaní štúdia v manažmente turistických zariadení, atraktivít a ubytovacích zariadení. 4. Prenositel'né kompetencie: Študent predmetu dokáže analyzovať a navrhnúť riešenia pre bežnú prevádzku vybraných objektov v odvetví turizmu, naučí sa vyhľadávať relevantné zdroje pre vyhľadávanie informácií v odvetví, osvojí si komunikačné zručnosti a kompetencie potrebné na	

interakciu so spotrebiteľmi, bude schopný rozlíšiť vplyvy a možné dôsledky makroekonomického prostredia v turizme, nadobudne prezentačné kompetencie a digitálne kompetencie. Osvojí si schopnosti pracovať v tíme, je schopný prijímať rozhodnutia a niešť zodpovednosť za realizáciu plánov menšieho rozsahu v praxi, dokáže efektívne využívať kreatívne techniky pri tvorbe kampaní turistických atrakcií a hotelov, dokáže riadiť komplexné zadania a vyvodzovať z nich závery.

Stručná osnova predmetu:

1. Východisková terminológia a podstata turizmu, historický vývoj odvetvia turizmu.
2. Turizmus ako ekonomický systém. Geografický prístup k turizmu.
3. Klasifikácia v odvetí odvetvia turizmu.
4. Dopyt v cestovnom ruchu, spotrebiteľské správanie a súčasné trendy v spotrebiteľskom správaní.
5. Ponuka v turizme. Služby v turizme.
6. Inštitucionálne zázemie v odvetví turizmu.
7. Podniky turizmu, producenti a sprostredkovatelia služieb.
8. Ubytovacie zariadenia a hotelierstvo – charakteristika, organizácia, produkt.
9. Cieľové miesta v turizme – podstata, klasifikácia, životný cyklus, limity, udržateľnosť.
10. Turizmus a slovenská ekonomika. Turizmus vo svete.
11. Prínosy odvetvia turizmu pre ekonomiku a spoločnosť.
12. Medzinárodný turizmus – predpoklady, spolupráca, vývoj a prognózy.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. BOROVSKÝ, J., SMOLKOVÁ E., NIŇAJOVÁ, I. 2008. *Cestovný ruch: trendy a perspektívy*. Bratislava: Iura Edition, 2008.
2. ČERNÁ, J. 2014. Religiousness and religious tourism in Slovakia: case study. In: *European Journal of Science and Theology-Jasy (Rumunsko):Academic organisation for environmental engineering and sustainable development*. Vol. 10, No. 1 (2014), pp. 21-37. ISSN 1841-0464.
3. ČERNÁ, J., STACHO, Z., MIKLE, L. 2021. *Dynamic transformation of tourism*. (Poľsko): Oficyna Wydawnicza Stowarzyszenia Menedżerów Jakości i Produkcji, 2021, 97 p. ISBN 978-83-63978-94-5.
4. ČERNÁ, J. T. 2022. *Trendy a manažérske výzvy pre turizmus*. Trnava: UCM, 2022.
5. ČERNÁ, J., LEJSKOVSKÁ, P., LIŽBETINOVÁ, L., MATÚŠOVÁ, J. 2022. Transformation of Marketing Macro-Economic Environment of Tourism with Emphasis on Changes in Mobility During COVID-19 Pandemic. In: *LOGI -Scientific Journal on Transport and Logistics*. 2022. Vol. 13, no. 1 (2022), pp. 186-197. ISSN 1804-3216.
6. ČERNÁ J., LIŽBETINOVÁ L. 2024. Digital Transformation Processes in Tourism. In: *Forum Scientiae Oeconomia*, 2024, vol. 12, nom, 2, s. 65 – 83. Dostupné online na: <<https://ojs.wsb.edu.pl/index.php/fso/article/view/1220>>.
7. ČERNÁ, J. T. 2022. *Trendy a manažérske výzvy pre turizmus*. Trnava: UCM, 2022.
8. FLETCHER, J. a kol. 2017. *Tourism: Principles and Practice*. PEARSON Education Limited, 2017. ISBN-13: 978-1-292-17235-4.
9. FYALL, A. a kol. 2022. *Managing Visitor Attractions*. Londýn: Routledge, 2022. ISBN 978-1-003-04019-8.
10. GÚČIK, M. 2020. *Cestovný ruch v ekonomike a spoločnosti*. Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-80-571-0273-1.
11. CHORVÁT, I. 2007. *Cestovanie a turizmus v zrkadle čase*. Banská Bystrica: UMB – Ústav vedy a výskumu, 2007. ISBN 978-80-8083-344-2.
12. LACHMANOVÁ A. 2015. *Cestovní ruch*. Computer Media s.r.o., 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.
13. MALACHOVSKÝ A. 2023. *Hotelierstvo*. Banská Bystrica, Belianum, 2023. ISBN: 978-80-557-2034-0.

14. RANSLEY, J., INGRAM H., ADAMS, D. 2022. *Developing Hospitality Properties and Facilities*. Londýn: Routledge, 2022. ISBN 978-1-003-16970-3.
15. Satelitný účet cestovného ruchu 2022. Štatistický úrad SR. Dostupné online na www.susr.sk.
16. ŠAUER, M., VYSTOUPIL J, HOLEŠINKSKÁ, A. a kol. 2015. *Cestovní ruch - učební text*. Brno: Masarykova univerzita, 2015. ISBN: 978-80-210-7823-9.
17. ŠEFČÍK, V. 2017. *Management služeb hotelnictví a cestovního ruchu*. 2Theta, 2017. ISBN: 978-80-86380-84-1.
18. UN Torusim. Dostupné online na <https://www.unwto.org/>

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

180 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 52

samoštúdium: 78

iné: spracovanie zadání na cvičeniach: 50

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

Vyučujúci: Ing. Jana Černá, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/52/25	Názov predmetu: Udržateľný turizmus a hotelierstvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 39 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Podmienkou prístúpenia ku skúške je aktívna účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania na zvolené témy počas semestra, a to podľa zadania vyučujúceho. - V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania na zvolené témy, a to podľa zadania vyučujúceho a odovzdať vypracované zadania do vopred stanoveného termínu. 100% záverečné hodnotenie – 40% písomná skúška, 60% spracovanie zadania. Klasifikačný stupeň je určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti: Študent si osvojí vedomosti súvisiace so základným terminologickým aparátom a mechanizmom udržateľného prístupu v turizme a hotelierstve, so spoločensky zodpovedným podnikaním ako s rôznymi prístupmi k nim. Oboznámi sa tiež medzinárodnými, európskymi a slovenskými dokumentami zaoberajúcimi sa udržateľnosťou. Osvojí si vedomosti, ktoré sa týkajú služieb v turizme a sú nevyhnutné z hľadiska ich udržateľného dizajnu, spozná inštitucionálny a právny rámec organizácií zaoberajúcich sa udržateľným turizmom. Osvojí si východiská problematiky ochrany prírody a krajiny. Oboznámi sa s dobrými príkladmi z praxe udržateľného turizmu v domácom aj medzinárodnom kontexte. Zručnosti: Študent dokáže uplatňovať základné princípy udržateľnosti v turizme, je schopný ich aplikovať v ubytovacích službách, je schopný využiť metódy a techniky úspory elektrickej a tepelnej energie, vody, iniciovať opatrenia na ich úsporu a ekologickú obnovu, zaviesť systém úsporného odpadového hospodárstva v zariadení cestovného ruchu a používať pritom smart technológie, dokáže samostatne zhodnotiť základné problémy zavedenia ekologického fungovania podniku, je schopný formulovať relevantné závery v oblasti udržateľnosti, ako aj aplikovať základné vedomosti pri analyzovaní aktuálnych otázok, spozná príčiny klimatických zmien vo svete a ich predpokladané dôsledky pre cestovný ruch. Profesijné kompetencie: Študent je odborne spôsobilý pre zavádzanie environmentálne citlivých opatrení v podnikoch turizmu, získa orientáciu v širokej škále technických riešení orientovaných na environmentálne alternatívne riešenia fungovania a prevádzky ubytovacích zariadení, dokáže pomenovať konkrétne opatrenia smerujúce k aspoň čiastočnej eliminácii negatívnych dôsledkov klimatických zmien na destinácie a zariadenia cestovného ruchu, spozná príčiny, dôsledky a možné riešenia overtourismu, dokáže použiť pre účely zmiernenia dôsledkov overtourismu nástroje demarketingu v rámci reštriktívnych opatrení a zároveň je študent pripravený získať vedomosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia. Prenositelné kompetencie: Študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti, analytické schopnosti v oblasti udržateľného turizmu, dokáže porovnávať rôzne možnosti zabezpečenia	

služieb cestovného ruchu z hľadiska ich úspornosti z pohľadu environmentálnych, ekonomických aj kultúrno-spoločenských dopadov a vybrať z nich tú najlepšiu možnosť. Dokáže vyhľadávať potrebné informácie, pracovať s nimi a navrhovať kreatívne riešenia a flexibilne sa prispôsobovať novým výsledkom vedy a zavádzať ich do praxe.

Stručná osnova predmetu:

1. Udržateľný turizmus – vymedzenie pojmov, princípy.
2. Medzinárodné dokumenty a udržateľný turizmus.
3. Tri dimenzie udržateľného rozvoja turizmu.
4. Služby v turizme a riadenie kvality, meranie udržateľnosti.
5. Uplatňovanie environmentálneho prístupu vo vybraných službách.
6. Ochrana prírody a krajiny – chránené územia (kategorizácia a legislatíva).
7. Udržateľné podnikanie, význam zodpovedného prístupu v turizme.
8. Klimatické zmeny – príčiny a dôsledky pre turizmus, prístupy k riešeniu negatívnych dopadov klimatických zmien na turizmus.
9. Overturizmus – príčiny, dôsledky a možné prístupy k riešeniu negatívnych dopadov.
10. Dobré príklady z praxe v odvetví turizmu doma a v zahraničí.
11. Environmentálne citlivý prístup v ubytovacích službách.
12. Ekologické raje a turizmus.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.

Odporúčaná literatúra:

1. BOWEN H. R. 2013. *Social Responsibilities of the Businessman* Iowa. University Of Iowa Press, 298 s. ISBN 978-16-0938-196-7.
2. ČERNÁ, J., STACHO, Z., MIKLE, L. 2021. *Dynamic transformation of tourism*. (Poľsko): Oficyna Wydawnicza Stowarzyszenia Menedżerów Jakości i Produkcji, 2021, 97 p. ISBN 978-83-63978-94-5.
3. ČERNÁ, J. 2021. The Forest Tourism and Marketing Communication in PostCovid Era. In: *The response of the forest-based sector to changes in the global economy: proceedings Zagreb* (Chorvátsko): WoodEMA - International Association for Economics and Management in Wood Processing and Furniture Manufacturing; Ljubljana (Slovinsko): Univerza v Ljubljani, 2021, pp. 273-278. ISBN 978-961-6144-41-4.
4. ČERNÁ, J., LEJSKOVSKÁ, P., LIŽBETINOVÁ, L., MATÚŠOVÁ, J. 2022. Transformation of Marketing Macro-Economic Environment of Tourism with Emphasis on Changes in Mobility During COVID-19 Pandemic. In: *LOGI -Scientific Journal on Transport and Logistics*. 2022. Vol. 13, no. 1 (2022), pp. 186-197. ISSN 1804-3216.
5. ČERNÁ, J. 2022. *Trendy a manažérske výzvy pre turizmus*. Trnava: UCM, ISBN 978-80-572-0293-6.
6. ČERNÁ, J., LIŽBETINOVÁ, L. 2024. Digital Transformation Processes in Tourism. In: *Forum Scientiae Oeconomia*, roč. 12, č. 2. s. 65 – 83. ISSN 2353-4435.
7. Digitálna mapa pútnických miest krajín V4. Dostupné online na: www.europepilgrime.eu
8. EDGELL D.L. 2019. *Managing Sustainable Tourism – A Legacy for the Future*. Routledge. ISBN 978-0429-31-812-2.
9. GAJDOŠÍK, T. a kol. 2023. *Inteligentný a udržateľný rozvoj cestovného ruchu*. Banská Bystrica, Beliaum, 266 s. ISBN 978-80-557-2102-6.
10. KUČEROVÁ, J. 1999. *Trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu*. Banská Bystrica. Ekonomická fakulta UMB. 83 s. ISBN 978-80-8055-307-6.
11. LITOMERICKÝ, J. - LUKÁČ, M. 2022. *Udržateľný turizmus*. Trnava. UCM. 217 s. ISBN 978-80-572-0256-1.
12. LITOMERICKÝ, J. - MASÁR, D. 2018. Globálne otepľovanie ako rizikový faktor bezpečnosti v euroatlantickom priestore. In *Bezpečná spoločnosť 2018. Mezinárodní kolokvium. Bezpečná spoločnosť 2018 : sborník příspěvků, mezinárodní kolokvium*, České Budějovice, 28. – 29. listopadu 2018. – České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálních studií VSERS. S. 48-53. ISBN 978-80-7556-038-4.
13. LITOMERICKÝ, J. 2012. Perspektívy vývoja cestovného ruchu z hľadiska klimatických zmien. In: *Ekonomika cestovného ruchu a podnikanie: vedecký časopis*, roč. 4, č. 4. s. 46-61. Obchodnej fakulty

Ekonomickej univerzity v Bratislave. Bratislava. MERKUR. ISSN 1337-9313. 14. NOVACKÁ, L. 2013. <i>Cestovný ruch, udržateľnosť a zodpovednosť na medzinárodnom trhu</i>. Bratislava. Ekonóm. 169 s. ISBN 978-80-225-3475-8.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk, anglický jazyk					
Poznámky - časová záťaž študenta: 180 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, C): 39 samoštúdium: 78 iné: spracovanie zadání: 63					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: Ing. Jana Černá, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/53/25	Názov predmetu: Účtovníctvo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 52 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: • Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani počas semestra podľa zadania vyučujúceho. • V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho. • 100% záverečné hodnotenie – 50% písomná skúška, 50% písomná skúška. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: 1. Vedomosti: Študent použije získané vedomosti v rámci zabezpečovania a podpory procesov finančného riadenia. Zorientuje vo vednom odbore a v terminológii, v súvislosti s finančným účtovníctvom v podniku. Pozná najvýznamnejšie vedecké prístupy z minulosti účtovníctva, ale aj najnovšie účtovné metódy v podniku, študent získava základný pojmový aparát z účtovníctva, študent získa prehľad účtovné problémy v podniku, ktorými sa zaoberá pri skúmaní výsledkov finančnej a hospodárskej činnosti podniku, študent porozumie logike tvorby zisku podniku a príčinám strát, študent je informovaný o základnom rámci využívania teoretických poznatkov a ich aplikácií v praxi vo sfére účtovníctva. Má základné vedomosti o miere implementácie medzinárodných štandardov finančného vykazovania IFRS do národného účtovného systému SR. 2. Zručnosti: Študent dokáže uplatňovať základné princípy účtovníctva. Študenti nadobudnú vedomosti v oblasti zaznamenávania hospodárskych operácií, ktoré vznikajú pri vykonávaní činnosti organizácií a naučia sa prakticky pracovať s výstupmi účtovnej závierky. Osvojenie si schopností narábania s účtami – otváranie, uzatváranie a podvojné vzťahy. Samostatne dokážu spracovať stavebné prvky jednotlivých častí účtovnej závierky, súvahy a výkazu ziskov a strát a tiež ich konečné spracovanie. Študent je schopný analyzovať hlavné ekonomické procesy v podniku, vie formulovať vhodné závery na základe účtovných dokladov a účtovnej závierky, schopný pracovať so základnými pojmami ako sú pohľadávky, dlhodobý majetok, vlastné a cudzie zdroje, účtová osnova, študent dokáže aplikovať základné poznatky pri analýze aktuálnych problémov účtovania podnikových fondov v kontexte riadenia zdrojov. Vytvorí kvalifikované podklady pre účtovnú závierku podľa účtovných štandardov SR a je schopný posúdiť mieru implementácie IFRS v bilančnom práve SR. 3. Profesijné kompetencie: Študent je odborne spôsobilý na vedenie evidencie v podniku, študent získal schopnosť orientovať sa v širokom spektre teoretických prístupov k riešeniu praktických otázok súvisiacich s účtovníctvom, študent je oboznámený so základnými princípmi a vzťahmi medzi obchodnými operáciami a výsledkami účtovníctva za vykazované obdobie. Študent je schopný aplikovať získané poznatky v iných odborných predmetoch manažmentu, počas štúdia je študent pripravený aplikovať získané poznatky v praxi.	

4. <i>Prenositel'ne kompetencie:</i> Prenos kompetencií: Študent získa komunikačné zručnosti, analytické zručnosti pri účtovaní obchodných činností v podniku, schopnosť riešiť problémy vznikajúce pri účtovaní podnikových procesov, efektívne využívať kreatívne techniky pri organizovaní a plánovaní práce. Študent je schopný rozhodovať sa a niešť zodpovednosť za výsledky svojej činnosti v podniku, myslieť strategicky a koncepcne, využívať metódy analytiky, kreatívny prístup k tímovej práci.					
Stručná osnova predmetu: 1. Koncepčný rámec finančného účtovníctva. 2. Právna úprava účtovníctva v SR. 3. Testovanie uplatňovania všeobecne uznaných účtovných zásad a princípov. 4. Proces vedenia finančného účtovníctva v podniku a inštitúcii. 5. Účtovanie, oceňovanie a vykazovanie položiek dlhodobého majetku. 6. Účtovanie, oceňovanie, vykazovanie položiek obežného majetku. 7. Účtovanie, oceňovanie a vykazovanie položiek zúčtovacích vzťahov. 8. Náklady, štruktúra, obecné zásady účtovania. 9. Výnosy, štruktúra, obecné zásady účtovania. Cash flow. 10. Výkaz ziskov a strát a hospodársky výsledok. 11. Účtovná závierka a vyhodnotenie výsledkov. 12. Implementácia medzinárodných štandardov finančného vykazovania IFRS do národného účtovného systému SR. 13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie.					
Odporúčaná literatúra: 1. CENIGOVÁ, A. 2018. <i>Podvojný účtovníctvo podnikateľov</i>. Bratislava : Ceniga, 2018, 650 s. ISBN 978-80-9699-469-4. 2. FARKAŠ, R. 2020. <i>Účtovná závierka obchodných spoločností</i>. Prvé vydanie. Bratislava: Wolters Kluwer SR s.r.o.. 1 223 s. ISBN 978-80-571-0247-2. 3. IŠTOK, M., STAŠOVÁ, J. 2020. <i>Účtovníctvo. Zbierka príkladov</i>. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB. ISBN 978-80-557-1789-0. 4. KRIŠTOFÍK, P., SAXUNOVÁ, D., ŠURANOVÁ, Z. 2011. <i>Finančné účtovníctvo a riadenie s aplikáciou IFRS</i>. Druhé vydanie. Bratislava : IURA Edition. 803 s. ISBN 978-80-8078-396-9. 5. MÁZIKOVÁ, K., MATEÁŠOVÁ, M., ONDRUŠOVÁ, L 2016. <i>Účtovníctvo podnikateľských subjektov</i>. ISBN: 978-80-571-0461-2. Bratislava: Wolters Kluwer, s. r. o. 292 s. ISBN 978-80-8168-405-0. 6. Opatrenie MF SR č. MF/15464/2013-74 v znení všetkých neskorších predpisov (Účtovná závierka). 7. Opatrenie MF SR č. MF/23054/2002-92 v znení všetkých neskorších predpisov (Postupy účtovania..., platné od 1.1.2022). 8. Zákon č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov. 9. Zákon č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov. 10. Zákon č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov v znení neskorších predpisov..					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk					
Poznámky - časová záťaž študenta: 120 hodín, z toho: kombinované štúdium (P, S, C): 52 samoštúdium: 29 iné: spracovanie úloh (zadaní): 39					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: Ing. Lea Šlamiaková, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025					
Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KMTH/MATU/BcE/54/25	Názov predmetu: Úvod do semestrálnych projektov
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: 26 semester Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester: 1.	
Stupeň štúdia: prvý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: • Podmienkou prístúpenia ku skúške je účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. • V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou prístúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a cvičeniach a vypracovanie zadania podľa harmonogramu a zadania vyučujúceho. • 100% záverečné hodnotenie – spracovanie projektu podľa zadania 60%, prezentácia a diskusia k projektovým výstupom 40%. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: 1. Vedomosti: Študent predmetu získa prehľad o kľúčových problémoch pri plánovaní projektu a porozumie logike prípravy realizácie. Porozumie tiež základným princípom kritického myslenia a kreatívnemu manažérskemu mysleniu. 2. Zručnosti: Študent získa zručnosť v tímovej spolupráci a to tak v kreatívnej fáze tvorby nápadu ako aj v realizačnej fáze uplatňovania individuálnych kompetencií jednotlivých členov tímu pri rozdeľovaní zodpovedností za jednotlivé časti spoločného výstupu. 3. Profesijné kompetencie: Študent získa schopnosti podrobného plánovania a organizácie práce pri príprave projektu, naučí sa zhodnotiť jeho prínosy a limity. Študent sa naučí systematickému spracovávaní podkladov, zaznamenávaní priebehu projektu, jeho vyhodnocovaniu a prezentácii plánu a aj výsledku projektu. 4. Prenositelné kompetencie: Študent predmetu si zdokonalí komunikačné zručnosti, naučí sa vyhľadávať podklady a porozumie tímovým rolám. Zdokonalí si prácu v tíme, naučí sa zdieľať vedomosti a prijímať názor iných. Naučí sa efektívnejšie využívať svoj tvorivý potenciál.	
Stručná osnova predmetu: 1. Charakteristika pojmu a obsahu semestrálneho projektu. 2. Charakteristika terminológie využívanéj pri spracovávaní semestrálneho projektu. 3. Kreatívne techniky a metódy v manažmente. 4. Postup výberu zamerania a kreovanie témy semestrálneho projektu. 5. Charakteristika tvorby plánu a jednotlivých krokov semestrálneho projektu. 6. Postup tvorby podkladov a získavania dokumentácie k tvorbe správy zo semestrálneho projektu. 7. Charakteristika spôsobu prezentácie semestrálneho projektu. 8. Tvorba pilotného semestrálneho projektu. 9. Diskusia o predložených témach a výber. 10. Rešerš témy, navrhovanie základného konceptu.	

11. Dopracovanie témy, spracovanie konceptu.
12. Príprava na prezentáciu.
13. Prezentácia výsledku.

Odporúčaná literatúra:

1. CARNEGIE, D. 2016. *Ako si získavať priateľov a pôsobiť na ľudí*. IKAR, 256 s. ISBN 978-8055-14913-4.
2. HENDL, J. 2024. *Kvalitatívny výzkum - Základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál, 496 s. ISBN 9788026219682.
3. NOVOTNÁ H. 2020. *Metody výzkumu ve společenských vědách*. Praha: Fakulta humanitních studií Univerzity Karlovy v Praze, 2020. 496 s. ISBN 9788075710253.
4. SLEDDEN, E. 2018. *Úspěšná prezentace*, Grada, 176 s. ISBN 9788-024-729-121.
5. STRAUSS A. L., CORBIN, J. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Sdružení Podané ruce. 196 s. ISBN 808-5834-60.
6. ŠIROKÝ, J. a kol. 2019. *Psaní a prezentace odborných textů*. 200 s. ISBN 9788-0750-234-07.
7. WESTFALL C. 2012. *The New Elevator Pitch - The Definitive Guide to Persuasive Communication in the Digital Age* 214 s. ISBN-13: 978-0985-41481-8.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:

90 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 26

samoštúdium: 23

iné: príprava a vypracovanie semestrálneho projektu (zadaní): 41

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: Ing. Jozef Kučera, PhD., MSc.

Dátum poslednej zmeny: 13.08.2025

Schválil: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.