Zoznam predmetov

Študijný program: *Ekonomika a manažment*
Stupeň štúdia: *druhý*
Forma štúdia: *externá*

Zoznam informačných listov:

Kód predmetu	*Názov predmetu*
KEKOMA/EKOMA/InE/01	*Aplikované výskumné metódy a analýza dát*
KEKOMA/EKOMA/InE/02	*Digitálne spotrebiteľské správanie*
KEKOMA/EKOMA/InE/03	*Diplomová práca s obhajobou*
KEKOMA/EKOMA/InE/04	*Finančná kontrola vo verejných financiách*
KEKOMA/EKOMA/InE/05	*Finančné právo*
KEKOMA/EKOMA/InE/06	*Finančné účtovníctvo a vykazovanie*
KEKOMA/EKOMA/InE/07	*Finančno-ekonomická analýza*
KEKOMA/EKOMA/InE/08	*Finančný manažment*
KEKOMA/EKOMA/InE/09	*Interkultúrna komunikácia*
KEKOMA/EKOMA/InE/10	*Investičné stimuly a politiky*
KEKOMA/EKOMA/InE/11	*Manažment a marketing vo verejnom a neziskovom sektore*
KEKOMA/EKOMA/InE/12	*Manažment destinácie*
KEKOMA/EKOMA/InE/13	*Manažment inovácií a štandardizácie v digitálnom prostredí*
KEKOMA/EKOMA/InE/14	*Manažment kultúrneho dedičstva*
KEKOMA/EKOMA/InE/15	*Manažment programov a projektov EÚ*
KEKOMA/EKOMA/InE/16	*Manažment vzťahov so zákazníkom*
KEKOMA/EKOMA/InE/17	*Marketingový manažment*
KEKOMA/EKOMA/InE/18	*Metodológia diplomovej práce*
KEKOMA/EKOMA/InE/19	*Moderné informačné technológie v marketingu*
KEKOMA/EKOMA/InE/20	*Odborný anglický jazyk*
KEKOMA/EKOMA/InE/21	*Prevádzkový manažment v hotelierstve a pohostinstve*
KEKOMA/EKOMA/InE/22	*Sprostredkovateľské organizácie v turizme*
KEKOMA/EKOMA/InE/23	*Strategický a projektový manažment*
KEKOMA/EKOMA/InE/24	*Udržateľné hodnoty v marketingu značky*
KEKOMA/EKOMA/InE/25	*Udržateľné podnikanie a financovanie ESG*
KEKOMA/EKOMA/InE/26	*Udržateľnosť spokojnosti klienta v turizme*
KEKOMA/EKOMA/InE/27	*Verejné financie*
KEKOMA/EKOMA/InE/28	*Vidiecky turizmus*

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/01	Názov predmetu: Aplikované výskumné metódy a analýza dát
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): P Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 40 % záverečná skúška, 30 % seminárna práca a 30 % projekt a jeho prezentácia. 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 po absolvovaní predmetu pozná základné princípy aplikovaného vedeckého výskumu v sociálno-ekonomických vedách, vrátane kvantitatívnych a kvalitatívnych prístupov. Rozumie rozdielom medzi kvantitatívnym a kvalitatívnym výskumom. Študent pozná vedecký prístup a metodológiu vedeckého bádania v oblasti ekonómie a manažmentu. Ovláda základy štatistiky, ekonometrie a strojového učenia vo výskume. Pozná metódy zberu a analýzy primárnych a sekundárnych údajov. Má prehľad o moderných analytických nástrojoch vrátane strojového učenia a práce s veľkými dátami. Zručnosti: Po absolvovaní predmetu študent formuluje výskumný problém a tvorí výskumnú hypotézu. Aplikuje základné a pokročilé štatistické a ekonometrické metódy na reálne ekonomické a sociálne dáta. Vie vytvoriť vhodné vizualizácie pre rôzne typy premenných a výsledkov analýz. Dokáže spracovať a vyhodnotiť kvantitatívne aj kvalitatívne dáta pomocou dostupných softvérových nástrojov. Analyzuje a interpretuje štatistické a ekonometrické výsledky. Vytvára výsledné správy a vizualizuje zistenia. *Profesijné kompetencie*: Študent je schopný je schopný pripravovať výskumné podklady pre rozhodovanie v sociálno-ekonomických disciplínach. Navrhuje analytické riešenia na základe dátovej evidencie a empirických poznatkov. Vykonáva odborné výskumné a analytické činnosti v tíme alebo samostatne a spracúva odborné správy, štúdie a analýzy pre manažérske, analytické a konzultačné účely. Je schopný spolupracovať na výskumných projektoch v multidisciplinárnom tíme. *Prenositeľné kompetencie*: Po absolvovaní predmetu študent rozvíja svoje kritické a analytické myslenie, schopnosť pracovať s údajmi a faktami, zdokonaľuje schopnosti prezentácie výsledkov a argumentácie v diskusii. Posilňuje digitálne kompetencie pri práci s analytickými	

a vizualizačnými nástrojmi a rozvíja tímovú spoluprácu a schopnosť riešiť problémy v multidisciplinárnom prostredí.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do predmetu. Základy vedeckého prístupu. Kvantitatívny a kvalitatívny výskum: charakteristika, rozdiely, príklady.
2. Výskumný proces a jeho etapy. Výber výskumného problému a hypotéz. Typy zisťovania: vyčerpávajúce verzus výberové. Základy tvorby výberového súboru.
3. Analýza zdrojov údajov. Primárne a sekundárne údaje. Kvalita údajov a ich získavanie. Tradičné a moderné metódy zberu údajov. Small data verzus big data: rozdiely, výhody, obmedzenia.
4. Kvantitatívne metódy vo výskume I. Základy deskriptívnej štatistiky. Miera centrálnej tendencie. Miera variability.
5. Vizualizácia údajov. Typy premenných a ich kategorizácia. Tabuľky a grafické techniky. Výber vhodnej formy prezentácie údajov.
6. Korelačná analýza a testovanie hypotéz.
7. Analýza časových radov. Základné pojmy. Jednoduché metódy vyrovnávania. Využitie časových radov vo výskume.
8. Kvantitatívne metódy vo výskume II. -pokročilé techniky. Viacrozmerné štatistické metódy. Lineárna a viacnásobná regresia.
9. Zhluková analýza (klastrovanie). Faktorová analýza: princípy a aplikácie.
10. Strojové učenie. Rozdiel medzi štatistikou a strojovým učením. Supervised vs. unsupervised learning. Príklady algoritmov (rozhodovacie stromy, k-means). Aplikácie v sociálno-ekonomickom výskume.
11. Kvalitatívne metódy vo výskume. Obsahová a tematická analýza. Spracovanie textov a prirodzeného jazyka. Sieťová analýza. Prípadové štúdie a zmiešané metódy. Vizualizácia kvalitatívnych údajov.
12. Úvod do ekonometrie a jej aplikácie pri skúmaní sociálno-ekonomických javov. Lineárny regresný model: štruktúra, interpretácia.
13. Časové rady v ekonometrii. Dynamické modely a ich použitie. Prípadové štúdie z ekonomickej praxe.

Odporúčaná literatúra:

1. EGGER, R. 2022. *Applied Data Science in Tourism: Interdisciplinarity Approaches, Methodlologies and Applications*. Cham: Springer. ISBN 978-3-030-88389-8.
2. FIELD, A. 2018. *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. SAGE, 2018. ISBN-13: 978-1526419521.
3. GAJDOŠÍK, T. 2019. Big Data Analytics in Smart Tourism Destinations. A New Tool for Destination Management Organizations? In *Smart tourism as a driver for culture and sustainability*. Basil: Springer. ISBN 978-3030039097.
4. GAVORA, P. 2007. *Sprievodca metodológiou kvalitatívneho výskumu.* Bratislava : Univ Komenského, 230 s. ISBN 978-80-223-2317-8.
5. HENDL, J. 2016. *Kvalitativní výzkum. Základní teorie, metody a aplikace.* Portál, 2016. ISBN 13: 978-80-262-0982-9.
6. KRÁĽ, P. a kol. 2009. *Viacrozmerné štatistické metódy so zameraním na riešenie problémov ekonomickej praxe.* Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta. ISBN 978-80-8083-840-9.
7. ONDREJKOVIČ, P. 2007. *Úvod do metodologie spoločenskovedného výskumu.* Bratislava : VEDA, 248s. ISBN 978-80-224-0970-4.
8. PECÁKOVÁ, I. 2011. *Statistika v terénních průzkumech.* 2. doplněné vydání. Praha : Professional Publishing , 236 s. ISBN 978-80-7431-039-3.
9. REICHEL, J. 2009. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumu* I.vyd. Praha : Grada, 192s. ISBN 978-80-247-3006-6. 3.

10. ŘEZANKOVÁ, H. 2011. *Analýza dat z dotazníkových šetření*. Praha: Professional Publishing. ISBN 978-80-7431-062-1. 6.
11. ŘEZANKOVÁ, H. a kol. 2007. *Shluková analýza dat*. Praha: Professional Publishing. ISBN 978-80-86946-26-9.
12. SILVER, N. 2015. *The Signal and the Noise: Why So Many Predictions Fail - But Some Don't*. Penguin, 2015. ISBN 978- 0143125082.
13. SILVERMAN, D. 2005. *Ako robiť kvalitatívny výskum*. Bratislava : IKAR, 327 s. ISBN 80-551-0904-4.
14. WOOLDRIDGE, J. M. 2020. *Introductory Econometrics: A Modern Approach*. Cengage Learning, 2020. ISBN 978-1337558860.
15. Doplnková študijná literatúra, články a elektronické zdroje.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
180 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 39
samoštúdium: 72
iné: príprava semestrálneho projektu a jeho prezentácia, spracovanie seminárnej práce a zvládnutie analýzy údajov vo vybraných informačných systémoch: 69

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: doc. RNDr. Iveta Dirgová Luptáková, PhD., Ing. Stanislava Honzová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/02	Názov predmetu: Digitálne spotrebiteľské správanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh: PV Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 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*: Absolvovaním predmetu študent získa ucelené vedomosti o digitálnom spotrebiteľskom správaní a jeho hlavných determinantoch v rôznych sektoroch vrátane turizmu. Rozumie faktorom ovplyvňujúcim online nákupné rozhodovanie a digitálnym trendom. Porozumie online rozhodovacím procesom, vplyvu recenzií, personalizácii, digitálnej reklame, UX a mobilnému prostrediu na správanie spotrebiteľov. Získa prehľad o úlohe sociálnych médií, používateľsky generovanom obsahu a nových technológiách (AI, AR/VR, metaverse, blockchain) v digitálnych interakciách. Zároveň si osvojí poznatky o etických, kultúrnych a psychologických aspektoch digitálneho správania a ich aplikácií pri analýze a optimalizácii spotrebiteľského správania v praxi. *Zručnosti*: Absolvovaním predmetu študent nadobudne zručnosti potrebné na analýzu digitálneho správania spotrebiteľov a navrhovanie efektívnych riešení v online prostredí. Bude schopný identifikovať a vyhodnocovať kľúčového faktory ovplyvňujúce digitálne rozhodovanie, navrhovať vhodné digitálne stratégie vrátane personalizácie, UX optimalizácie, práce s recenziami a dôverou spotrebiteľov. Zvládne pracovať s dátami o správaní používateľov, interpretovať ich a aplikovať ich pri tvorbe odporúčacích systémov a cielených komunikačných nástrojov. Získa schopnosť prepájať psychologické, kultúrne a technologické aspekty digitálneho správania a aplikovať ich v rôznych kontextoch, vrátane turizmu, e-commerce či mobilných platforiem. *Profesijné kompetencie*: Absolvent predmetu disponuje profesijnými kompetenciami v oblasti digitálneho spotrebiteľského správania, ktoré mu umožňuje kvalifikovane riešiť úlohy súvisiace s analýzou a riadením digitálneho kontaktu so zákazníkom. Je schopný analyzovať správanie spotrebiteľov v online prostredí, identifikovať kľúčové faktory a navrhovať vhodné digitálne stratégie zohľadňujúce personalizáciu, UX dizajn, recenzie a odporúčacie mechanizmy. Zvláda aplikovať nástroje digitálneho marketingu a prácu s používateľskými dátami, pričom dokáže zohľadniť aj kultúrne, psychologické a etické aspekty správania v online priestore. Je pripravený	

participovať na tvorbe a implementácií digitálnych stratégií v rôznych odvetviach vrátane turizmu a aktívne sa podieľať na zvyšovaní dôvery a spokojnosti digitálnych spotrebiteľov.
Prenositeľné kompetencie: Absolvent predmetu nadobudne prenositeľné kompetencie uplatniteľné v rôznych profesijných kontextoch, najmä v oblastiach marketingu, digitálnych služieb a turizmu. Bude schopný analyticky a kriticky pristupovať k digitálnemu správaniu spotrebiteľov, pracovať s dátami, interpretovať ich a prijímať kvalifikované rozhodnutia v online prostredí. Získa zručnosti v efektívnej komunikácii, argumentácii a obhajobe návrhov riešení pri individuálnej aj tímovej spolupráci. Osvojí si schopnosť plánovať a koordinovať digitálne aktivity, flexibilne reagovať na technologické a spoločenské zmeny a pristupovať zodpovedne k využívaniu digitálnych nástrojov s dôrazom na etiku a transparentnosť. Zdieľa výstupy, reaguje na rýchle zmeny v správaní spotrebiteľov.

Stručný obsah predmetu:

1. Úvod do problematiky digitálneho spotrebiteľského správania. Základné pojmy, rozdiely medzi tradičným a digitálnym spotrebiteľom, význam pre podniky a aktuálne trendy v digitálnom správaní naprieč odvetviami, a to vrátane turizmu.
2. Online rozhodovací proces spotrebiteľa. Online nákupný cyklus, vplyv recenzií a odporúčaní, rozdiely medzi omnichannel a multichannel správaním. Aplikácia v prostredí online rezervácií a rozhodovanie turistov.
3. Psychológia digitálneho spotrebiteľa. Psychologické faktory ovplyvňujúce online správanie -emócie, motivácia, impulzívnosť a túžba po okamžitom uspokojení.
4. Vplyv sociálnych médií na spotrebiteľa. Úloha influencerov, UGC a sociálneho dôkazu pri formovaní spotrebiteľského správania.
5. Personalizácia v digitálnom spotrebiteľskom správaní. Využitie používateľských dát na personalizáciu, fungovanie odporúčacích algoritmov, etické a právne otázky súvisiace so súkromím spotrebiteľa.
6. Mobilné digitálne spotrebiteľské správanie. Správanie spotrebiteľov v mobilnom prostredí, význam mobilných aplikácií, UX/UI dizajnu a vplyv nástrojov ako push notifikácie a interakcia so značkami.
7. Recenzie, hodnotenia a dôvera v digitálnom prostredí. Význam recenzií, hodnotení a online reputácie. Reakcie spotrebiteľov na spätnú väzbu a spôsoby budovania dôvery zo strany firiem.
8. Digitálne reklamné stratégie a spotrebiteľské správanie. Cielenie, remarketing a personalizovaný obsah. Psychologické aspekty reklamy vrátane nátlaku a vytvárania návykov opakovanou expozíciou.
9. Elektronický obchod a používateľská skúsenosť (UX). Vplyv UX na správanie spotrebiteľov v e-commerce – dizajn, rýchlosť, navigácia, platby a faktory vedúce k predčasnému ukončeniu nákupu.
10. Sociálne a kultúrne aspekty digitálneho správania. Spoločenské a kultúrne rozdiely v digitálnom správaní, digitálna inklúzia, zraniteľné skupiny spotrebiteľov a etická zodpovednosť značiek.
11. Budúcnosť digitálneho spotrebiteľského správania. Vplyv nových technológií na správanie spotrebiteľov – umelá inteligencia, prediktívna analytika, meraverse, AR/VR, blockchain a ich úloha v budovaní dôvery a transparentnosti.
12. Aplikácia a analýza digitálneho spotrebiteľského správania. Hodnotenie digitálnych stratégií a návrhy zlepšení orientovaných na konkrétne segmenty v podnikoch a organizáciách súkromného a verejného sektora.
13. Prepojenie teórie s praxou prostredníctvom prípadových štúdií v rôznych typoch sektorov.

Odporúčaná literatúra:

1. EFENDIOĞLU, İ. H. 2024. Digital consumer behavior: a systematic literature review. In: *Prizren social science journal.* vol 8, no. 1, p. 67-80. ISSN 2616- 387X.
2. 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. roč. 53, č. 2, pp. 622-629. ISSN 2065-0817.

3. PETHO, T., ŠTEFKO, R., GBUROVÁ, J. 2021. Product policy and neuromarketing in the context of Slovak consumer. In: *Journal of marketing research and case studies. King of Prussia (USA): International business information management association*, vol. 2021. no. 800872, pp. 1-7. ISSN 2165-7009.
4. GBUROVÁ, J., MATUŠÍKOVÁ, D., BENKOVÁ, E. 2015. Perception of tourist destination brand. In: *Economic Annals-XXI: Research Journal*, vol. 151, no. 5-6. pp. 20-23. ISSN 1728-6220.
5. CHAN, E. Y. 2024. Digital Consumer Behavior. In *Consumer Behavior in Practice: Strategic Insights for the Modern Marketer*. Cham: Springer Nature Switzerland. pp. 127-144. ISBN 978- 3031509476.
6. KOUDELKA, J. 2018. *Spotřebitelé a marketing*. Praha: C. H. Beck. 357 s. ISBN 978-80-74006937.
7. MATUŠÍKOVÁ, D., GBUROVÁ, J. 2023. Finančné digitálne inovácie v manažmente cestovného ruchu na príklade uplatňovania kryptomien. In: *Mladá veda*, roč. 11, č. 3, s. 16-23. ISSN 1339-3189.
8. RACHMAD, Y. E. 2024. *Transforming Digital Consumers: The Power of Viral Diffusion in Consumer Behavior*. Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 129 s. ISBN 978- 623- 8634- 59- 0.
9. RHENA, J., KRAUGUSTEELIANA, K. 2024. Embracing digitalization in tourism: Strategic approaches for global competitiveness in the digital economy era. In: *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business. 2024*, vol. 4, *no.* 2, p. 461-472. ISSN 2808- 2222.
10. SWADHI, R., et al. 2025. Role of Digital Marketing in Shaping Travel Decisions: Consumer Behavior in Tourism. In: *Intersections of Niche Tourism and Marketing. 2025.* pp. 153-176. ISBN 979- 8- 3693- 8419- 0.
11. VAN NUENEN, T., SCARLES, C. 2021. Advancements in technology and digital media in tourism. In: *Tourist studies*, vol. 21, no. 1, p. 119-132. ISSN 1741- 3206.2
12. ŽÁK, Š., HAŠANA, R., BUŠO, R. 2023. *Spotrebiteľské správanie.* Bratislava: ‚Sprint 2. ISBN 978-80-89710577.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
150 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 39
samoštúdium: 52
iné: spracovanie zadaní a zvládnutie práce vo vybraných informačných systémoch: 59

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov: novo zavedený predmet

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Jaroslava Gburová, PhD, univ. doc., Ing. Martina Hudecová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/03	Názov predmetu: Diplomová práca s obhajobou
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): P Rozsah: za obdobie štúdia Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 25	
Odporúčaný semester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: obhajobu diplomovej práce je možné absolvovať až po získaní kreditov za všetky predpísané povinné a povinne voliteľné predmety	
Podmienky na absolvovanie predmetu: K práci sa predkladá protokol o kontrole originality a posudky od vedúceho a oponenta diplomovej práce: a) priebežné hodnotenie: spracovanie diplomovej práce a jej predloženie v stanovenom termíne, b) záverečné hodnotenie: obhajoba diplomovej práce a zodpovedanie otázok z nosných tém získaných poznatkov v študijnom programe Ekonomika a manažment pred štátnicovou komisiou. 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*: disponuje pokročilými znalosťami v oblasti zvolenej témy diplomovej práce, ktoré integruje s poznatkami získanými počas celého štúdia v študijnom programe Ekonomika a manažment. *Zručnosti*: Študent je schopný samostatne vypracovať záverečnú prácu podľa metodických a formálnych požiadaviek a vie efektívne aplikovať vedeckovýskumné metódy pri spracovaní témy diplomovej práce. Preukazuje schopnosť analyzovať problém, interpretovať údaje a formulovať závery v kontexte odbornej diskusie v systéme získaných poznatkov v študijnom programe Ekonomika a manažment. *Profesijné kompetencie*: Študent samostatne spracuje odborný problém v oblasti ekonomiky a manažmentu v súlade s metodologickými a formálnymi požiadavkami na záverečnú prácu. Aplikuje získané poznatky a výskumné metódy pri tvorbe a obhajobe diplomovej práce. Preukáže schopnosť odbornej argumentácie, prezentácie a obhajoby vlastných záverov pred štátnicovou komisiou. Riadi vlastný proces spracovania projektu v stanovenom termíne a nesie zodpovednosť za jeho kvalitu a odbornú úroveň. *Prenositeľné kompetencie*: Študent vie efektívne plánovať a riadiť dlhodobé úlohy a samostatné projekty. Kriticky pracuje s informáciami a zdrojmi, uplatňuje analytické myslenie. Prezentuje a obhajuje svoje názory a riešenia v ústnej aj písomnej forme. Reaguje na spätnú väzbu a konštruktívne ju zapracúva. Rozvíja schopnosť samostatného učenia sa a profesijného rastu.	
Stručná osnova predmetu: Preukázanie schopnosti využitia poznatkov nadobudnutých v rámci predmetu Metodológia diplomovej práce pri spracovaní diplomovej práce v súlade s platnou smernicou, v požadovanom rozsahu a v stanovenom termíne. V rámci obhajoby diplomovej práce	

zodpovedanie a adekvátna reakcia na ďalšie položené otázky z nosných tém získaných poznatkov v študijnom programe Ekonomika a manažment.

Odporúčaná literatúra:
Literatúra bude zvolená v súlade s témou diplomovej 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:
750 hodín, z toho:
samoštúdium a rešerš literatúry: 150
zber informácií: 100
analýza získaných údajov: 200
syntéza a návrh opatrení: 140
príprava prezentácie a obhajoba záverečnej práce: 10
opakovanie a prehĺbenie poznatkov z nosných oblastí študijného programu: 150

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: členovia komisie pre štátne záverečné skúšky inžinierskeho štúdia

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/04	Názov predmetu Finančná kontrola vo verejných financiách
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): V Rozsah: za obdobie štúdia 26s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 60 % semestrálny projekt a 40 % obhajoba semestrálneho projektu, vrátane diskusie na overenie vedomostí z predmetu. 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*: Absolvovaním predmetu študent získa komplexné vedomosti o finančnej kontrole vo verejných financiách v SR. Získa prehľad o legislatívnom rámci, ktorý upravuje finančnú kontrolu vo verejnom sektore. Študent bude schopný rozlišovať medzi rôznymi typmi finančnej kontroly, ovládať procesný postup výkonu kontrolnej činnosti. Získa praktické znalosti v oblasti realizácie kontrolných činností, vrátane vypracovania kontrolných správ a hodnotenia hospodárnosti, efektívnosti, účinnosti a účelnosti použitia verejných financií. Oboznámi sa s prácou s modernými nástrojmi, ktoré sa využívajú pri výkone kontrolnej činnosti a taktiež etickými zásadami výkonu kontrolnej činnosti. *Zručnosti*: Absolvovaním predmetu študent nadobudne zručnosti potrebné pre praktický výkon finančnej kontroly verejných prostriedkov ako člen kontrolnej skupiny resp. ako osoba zodpovedná za riadenie a zúčtovanie poskytnutých verejných prostriedkov. Študent bude schopný analyzovať hospodárnosť, efektívnosť, účelnosť a účinnosť použitia verejných prostriedkov a taktiež riadiť poskytnuté verejné prostriedky v súlade s pravidlami ich poskytnutia. *Profesijné kompetencie*: Študent bude vedieť intepretovať získané teoretické vedomosti pre účely skúmania problematiky a riešenia praktických problémov výkonu finančnej kontroly v podmienkach Slovenska. Absolvent predmetu je pripravený profesionálne pôsobiť v kontrolných útvaroch verejnej správy, v audítorských tímoch, ako analytik verejných výdavkov alebo ako odborný pracovník v oblasti verejného sektora, kde sa vyžaduje znalosť finančnej disciplíny a kontrolných mechanizmov. Zároveň absolvent bude vďaka nadobudnutým vedomostiam a znalostiam pripravený kvalifikovane zastupovať v kontrolnom konaní príjemcu verejných prostriedkov.	

Prenositeľné kompetencie: Ovláda procesy a postupy finačnnej kontroly verejných financií, zostavovania správ z kontrolnej činnosti a hodnotenia hospodárnosti, efektívnosti, účelnosti a účinnosti použitia verejných prostriedkov, ktoré sú využiteľné v širokom spektre povolaní, ktoré sú spojené s finančným riadením v súkromnom aj verejnom sektore. Vďaka praktickej orientácií predmetu si zároveň zlepší svoje analytické schopnosti v oblasti finančného riadenia.

Stručná osnova predmetu:

1. Vymedzenie základnej terminológie. Definovanie poslania výkonu finančnej kontroly. Význam finančnej kontroly v demokratickej spoločnosti.
2. Legislatívny rámec finančnej kontroly na Slovensku (aktuálne znenie zákona upravujúceho výkon finančnej kontroly a rozpočtové pravidlá verejnej správy, metodické usmernenia k výkonu finančnej kontroly).
3. Inštitucionálne zabezpečenie finančnej kontroly a úlohy jednotlivých aktérov na Slovensku. Úrad vládneho auditu. Národný kontrolný úrad. Povinnosti/oprávnenia poskytovateľa a prijímateľa verejných prostriedkov.
4. Identifikácia hospodárneho, efektívneho, účinného a účelného použitia verejných prostriedkov. Vymedzenie nástrojov kontroly hospodárnosti, efektívnosti, účelnosti a účinnosti použitia verejných prostriedkov.
5. Špecifiká finančných prostriedkov poskytnutých z verejných zdrojov (štátny rozpočet, rozpočty územných samospráv, programy Európskej únie). Základné účely a pravidlá ich použitia.
6. Typológia a špecifiká využitia finančných kontrol. Druhy finančnej kontroly. Charakteristika, rozdiely, rozsah a aplikácie.
7. Proces výkonu finančnej kontroly v praxi. Procesné pravidlá a postupy. Formálne náležitosti správ z finančných kontrol. Aplikácia postupov správneho konania.
8. Kvantifikácia odvodu. Identifikácia odporúčaní na nápravu nedostatkov a následná kontrola ich plnenia. Výpočet finančného odvodu. Formulácia nápravných opatrení. Monitorovanie plnenia opatrení a následné kontroly.
9. Personálne zabezpečenie výkonu finančnej kontroly a jej organizačné ukotvenie. Zloženie kontrolnej skupiny. Organizačné útvary výkonu kontroly. Zaradenie a úlohy v rámci organizačnej štruktúry.
10. Etika a profesionalita pri výkone finančnej kontroly. Etické pravidlá pre kontrolórov. Nezávislé postavenie kontrolóra a jeho ochrana.
11. Súčasné výzvy a trendy vo finančnej kontrole. Využívanie informačných technológií a umelej inteligencie. Úlohy a poslanie finančnej kontroly v ére digitálnej transformácie.
12. Praktické cvičenia a prípadové štúdie výkonu finančnej kontroly.
13. Simulácie kontrolného procesu, príklady z praxe. Prezentácie semestrálnych projektov.

Odporúčaná literatúra:

1. BANDY, G. 2023. Financial Management and Accounting in the Public Sector, London: Routledge,, 414 s. ISBN 978-10-32157-30-6.
2. MEDVEĎ, J., NEMEC, J. a kol. 2011. *Verejné financie*. Bratislava: Sprint, 640 s. ISBN 978-80-89393-46-6.
3. Metodické usmernenia Ministerstva financií SR k výkonu finančnej kontroly a auditu. Dostupné na internete: <https://www.mfsr.sk/sk/financie/audit-kontrola/financne-riadenie-financna-kontrola/financna-kontrola/>.
4. OLÁH, M. a kol. 2018. Finančná kontrola. Bratislava: Wolters Kluwer, 368 s. ISBN: 978-80-8168-870-6
5. PISÁR, P., ĽAPINOVÁ, E. 2019. *Financie Európskej únie.* Banská Bystrica: Belianum, 336 s. ISBN 978-80-557-1607-7.
6. SÝKORA, J. a kol. 2016. Praktický výkon finančnej kontroly vo verejnej správe. Bratislava: Wolters Kluwer, 168 s. ISBN: 978-80-81683-32-9.
7. ŠAGÁT, V. 2021. Finančná kontrola a audit vo verejnom sektore. Nitra: Cart Print, 119 s. ISBN: 978-80-89254-02-6.
8. VOJTAŠOVIČ, M. 2020. Kontrola v štátnej správe - Komentár. Bratislava: Eurokódex, 152 s. ISBN: 978-80-81550-93-5.

9. *Zákon č. 357/2015 Z. z. o finančnej kontrole a audite*
10. *Zákon č. 523/2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách verejnej správy*

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: príprava projektu: 21

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

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

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/05	Názov predmetu Finančné právo
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): V Rozsah: za obdobie štúdia 26s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 60 % semestrálny projekt a 40 % obhajoba semestrálneho projektu, vrátane diskusie na overenie vedomostí z predmetu. 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: Absolvent predmetu nadobudne systematické a ucelené vedomosti o systéme finančného práva SR a EÚ. Porozumie právnym normám upravujúcim rozpočtové, daňové, colné, menové, devízové a poplatkové vzťahy, ako aj právu finančného trhu. Získa prehľad o organizácii a právomociach finančných orgánov a o mechanizmoch finančnej kontroly vo verejnej správe. Bude rozumieť legislatívnym pravidlám verejného rozpočtovania na národnej aj miestnej úrovni a taktiež princípom rozpočtových pravidiel EÚ. Zručnosti: Študent bude schopný samostatne analyzovať právne predpisy v oblasti finančného práva, aplikovať ich na konkrétne situácie a identifikovať právne problémy v rámci finančno-právnych vzťahov. Získa zručnosti v interpretácii a praktickej aplikácii pravidiel týkajúcich sa daní, rozpočtu, ciel, meny a finančného trhu. Bude vedieť pracovať s prameňmi práva a argumentovať stanoviská na základe relevantných právnych predpisov. *Profesijné kompetencie*: Absolvent predmetu získa základné odborné predpoklady na orientáciu vo verejných financiách a finančno-právnych vzťahoch. Bude schopný identifikovať základné princípy právnej úpravy v oblastiach ako rozpočtové, daňové, colné či menové právo. Predmet mu poskytne úvodný právny rámec na pochopenie fungovania finančných inštitúcií a finančnej kontroly vo verejnej správe. Nadobudnuté poznatky bude môcť uplatniť najmä ako doplnkovú kompetenciu pri výkone profesií vo verejnej správe, samospráve, neziskovom sektore alebo v súkromnej sfére, kde sa vyžaduje všeobecná orientácia vo finančno-právnej problematike. *Prenositeľné kompetencie*: Študent si osvojí schopnosť analytického a kritického myslenia, presnej argumentácie, formulácie odborných názorov a riešení. Zlepší svoju schopnosť orientovať sa v komplexných právnych a ekonomických súvislostiach v oblasti finančného práva. Bude schopný efektívne komunikovať odborné témy a komplexne pristupovať k riešeniu odborných problémov v oblasti finančnoprávnych vzťahov.	

Stručná osnova predmetu:

1. Financie a finančno-právne vzťahy. Úvod do problematiky verejných financií a ich právnej regulácie.
2. Pramene a systém finančného práva. Štruktúra právnych noriem upravujúcich financie, hierarchia a druhy prameňov.
3. Finančné orgány a finančná kontrola. Subjekty finančného práva, ich pôsobnosť a nástroje kontroly.
4. Rozpočtové právo a rozpočtový proces. Tvorba, schvaľovanie a plnenie štátneho rozpočtu.
5. Rozpočtové pravidlá verejnej správy. Pravidlá hospodárenia rozpočtových a príspevkových organizácií.
6. Rozpočtové pravidlá územnej samosprávy. Finančné hospodárenie obcí a vyšších územných celkov.
7. Rozpočtové pravidlá Európskej únie. Finančný rámec EÚ, rozpočet a rozpočtová disciplína členských štátov.
8. Menové právo. Právna úprava meny, emisná činnosť a úloha centrálnej banky.
9. Devízové právo. Právna regulácia cezhraničného pohybu kapitálu a meny.
10. Colné právo. Colné predpisy, colné konanie a colná politika EÚ.
11. Daňové právo. Druhy daní, princípy zdaňovania, daňová správa.
12. Poplatkové právo. Právna úprava správnych a súdnych poplatkov, ich výber a správa.
13. Právo finančného trhu. Dohľad nad finančnými inštitúciami, právne nástroje regulácie trhu.

Odporúčaná literatúra:

1. SLEZÁKOVÁ, A., HAJNIŠOVÁ, E. a kol. 2025. Finančné právo pre poslucháčov neprávnických fakúlt. Bratislava, C. H. Beck, 2025, s. 275, ISBN 978-80-8232-061-2.
2. KUBINCOVÁ, S. 2024. Daňový poriadok - komentár. Bratislava, C. H. Beck. 2024. 1136 s. ISBN 978-80-7400-982-2.
3. BABČÁK, V. a kol. 2022. Základy slovenského finančného práva. Epos, 2022, 496 s. ISBN 978-80-5620-340-8.
4. TEKELI, J., HOFFMANN, M. 2013. Kontrola v obecnej samospráve. Eurokódex, 2013, 280 s. ISBN 978- 80-8944-79-78.
5. BABČÁK, V. a kol. 2012. Finančné právo na Slovensku a v EÚ. Eurokódex, 2012, 832 s. ISBN 978-80-8944-786-2.

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: spracovanie semestrálneho projektu: 21

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: JUDr. Ing. Tomáš Malatinec, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/06	Názov predmetu: Finančné účtovníctvo a vykazovanie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: písomná skúška (50 %), písomná skúška (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 absolvovaní predmetu rozumie koncepčným základom účtovníctva a vykazovania v podnikovej a verejnej sfére. Pozná princípy a štruktúru rámca finančného účtovníctva podnikov a verejného sektora. Ovláda základné požiadavky Medzinárodných štandardov finančného výkazníctva (IFRS) a Medzinárodných účtovných štandardov pre verejný sektor (IPSAS). Je schopný identifikovať rozdiely medzi slovenskou účtovnou legislatívou a medzinárodnými štandardmi (IFRS, IPSAS) a pozná štruktúru a obsah účtovnej závierky v podnikovej aj verejnej sfére, vrátane špecifík konsolidácie vo verejnej správe. *Zručnosti*: Študent samostatne po absolvovaní predmetu vie aplikovať princípy IFRS a IPSAS pri účtovaní a vykazovaní majetku, záväzkov, vlastného imania, nákladov a výnosov. Zvláda zostavovať účtovnú závierku podľa medzinárodných štandardov aj slovenskej legislatívy a vie analyzovať a interpretovať finančné výkazy podnikov a verejného sektora. Dokáže identifikovať a riešiť špecifické účtovné udalosti vrátane odložených daní, rezerv a zmien reálnej hodnoty a používa účtovné a vykazovacie pravidlá pri tvorbe konsolidovaných a súhrnných výkazov verejnej správy. *Profesijné kompetencie:* Študent ako odborník po absolvovaní predmetu je schopný samostatne viesť a kontrolovať účtovníctvo podľa platných medzinárodných štandardov IFRS a IPSAS. Uplatňuje odborné znalosti pri zostavovaní, analýze a interpretácii účtovných výkazov v podnikovej i verejnej sfére a kriticky hodnotí účtovné a vykazovacie postupy a navrhuje efektívne riešenia pre ich optimalizáciu. Dodržiava etické zásady účtovníctva a transparentnosť vo finančnom vykazovaní a komunikuje profesionálne s odborníkmi a zainteresovanými stranami v oblasti účtovníctva a finančného riadenia. *Prenositeľné kompetencie*: Študent absolvovaním predmetu efektívne komunikuje odborné informácie v písomnej aj ústnej forme. Dokáže pracovať systematicky a zodpovedne pri riešení komplexných úloh. Využíva kritické myslenie a analytické schopnosti pri hodnotení informácií.	

Spolupracuje v tíme a prispieva k dosahovaniu spoločných cieľov a samostatne sa učí a prispôsobuje novým požiadavkám a technologickým zmenám. Riadi si čas a prioritu úloh v súlade s termínmi a očakávaniami.

Stručná osnova predmetu:

1. Koncepčný rámec finančného účtovníctva podnikov a verejného sektora.
2. Účtovanie a vykazovanie v podnikovej sfére I. Majetok podniku. Účtovanie, oceňovanie, vykazovanie dlhodobého a krátkodobého majetku.
3. Vlastné imanie, náklady, výnosy, výsledok hospodárenia. Pravidlá účtovania a ich vplyv na výkaz ziskov strát a súvahu (P/L a BS).
4. Účtovanie a vykazovanie v podnikovej sfére II. Špecifické účtovné operácie. Rezervy. Leasing. Deriváty. Preceňovanie. Fúzie a akvizície.
5. Účtovná závierka podniku a rozdelenie zisku. Štruktúra výkazov. Povinné prílohy. Rozhodovanie o zisku/strate podniku.
6. Účtovanie a vykazovanie vo verejnom sektore I. Špecifiká účtovania v rozpočtových a príspevkových organizáciách, obciach a VÚC.
7. Účtovanie a vykazovanie vo verejnom sektore II. Majetok, záväzky, príjmy a výdavky vo verejnom sektore. Bežné a kapitálové položky. Interpretácia výkazov.
8. Účtovná uzávierka a konsolidovaná závierka verejnej správy. Procesy, termíny, súhrnné výkazy.
9. Medzinárodné štandardy IFRS a IPSAS. Implementácia na Slovensku. Hlavné princípy a odlišnosti.
10. IFRS/IPSAS verzus slovenská legislatíva. Porovnanie pravidiel pre majetok, záväzky, vlastné imanie, výnosy, náklady.
11. Porovnanie finančných výkazov (IFRS a Slovensko). Kľúčové rozdiely v súvahe, vo výkaze ziskov a strát a cash flow.
12. Prípadové štúdie -podniková sféra. Aplikácia IFRS, riešenie špecifických transakcií.
13. Prípadové štúdie -verejný sektor. IPSAS konsolidácia, interpretácia programového rozpočtu.

Odporúčaná literatúra:

1. EURÓPSKA ÚNIA. 2022. *Úradný vestník Európskej únie*. Dostupný na internete: <https://eurlex.europa.eu/oj/direct-access.html?locale=sk>.
2. FARKAŠ, R. 2013. *Comparison of IFRS and Slovak Accounting Regulations.* Bratislava: KPMG. 162 s.
3. FARKAŠ, R. 2020. *Účtovná závierka obchodných spoločností.* Prvé vydanie. Bratislava: Wolters Kluwer SR s.r.o.. 1 223 s. ISBN 978-80-571-0247-2.
4. IFAC. 2018. *Handbook of International Public Sector Accounting Pronouncements* 2018. New York: IFAC. 1641 s. ISBN 978-1-60815-362-6. 2.
5. IŠTOK, M., STAŠOVÁ, J. 2020. *Účtovníctvo. Zbierka príkladov*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB. ISBN 978-80-557-1789-0.
6. KROŠTOFÍK P., SAXUNOVÁ D., ŠURANOVÁ, Z. 2011. *Finančné účtovníctvo a riadenie s aplikáciou IFRS*. Druhé vydanie. Bratislava: IURA Edition. 803 s. ISBN 978-80-8078-396-9.
7. MÁZIKOVÁ, K., MATEÁŠOVÁ, M., ONDRUŠOVÁ, L 2016. *Účtovníctvo podnikateľských subjektov* 1. Bratislava: Wolters Kluwer, s. r. o. 292 s. ISBN 978-80-8168-405-0.
8. MIHALIKOVÁ, E. 2015. *Účtovníctvo vo verejnej správe so zameraním na rozpočtové organizácie*. Košice: Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach. 112 s. ISBN 978-80-815-2360-1. 3.
9. Opatrenie MF SR č. MF/15464/2013-74 v znení všetkých neskorších predpisov (Účtovná závierka).
10. Opatrenie MF SR č. MF/23054/2002-92 v znení všetkých neskorších predpisov (Postupy účtovania...platné od 1.1.2022).
11. Opatrenie MF SR č. MF/16786/2007-31, ktorým sa ustanovujú podrobnosti o postupoch účtovania a rámcovej účtovnej osnove pre rozpočtové organizácie, príspevkové organizácie, štátne fondy, obce a vyššie územné celky.

12. Opatrenie MF SR č. MF/25755/2007-31, ktorým sa ustanovujú podrobnosti o usporiadaní, označovaní a obsahovom vymedzení položiek individuálnej účtovnej závierky pre RO, PO, štátne fondy, obce a vyššie územné celky.
13. Právne akty bilančného práva Slovenskej republiky
14. ŠABÍKOVÁ, I., ČIERNIK, A. 2019. *Vybrané špecifiká účtovníctva vo verejnom sektore.* Podhájska: Európsky inštitút ďalšieho vzdelávania. 156 s. ISBN 978-80-899-2607-7. 6.
15. ŠURANOVÁ, Z., CILIKOVÁ, O., HARMANIAKOVÁ, A. 2013. *Účtovníctvo vo verejnom sektore. Zbierka príkladov.* Banská Bystrica: EF UMB. 170 s. ISBN 978-80-557-0480-7.
16. WILLEY, 2019. *Interpretation and Application of IFRS Standards*. New York: Willey & Sons. 988 s. ISBN 978-1-119-57735-5.
17. Zákon č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov.
18. Zákon č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov.
19. Zákon č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov v znení neskorších predpisov.
20. Zákon č. 523/2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách verejnej správy a o zmene a doplnení niektorých zákonov.
21. Zákon č. 583/2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách územnej samosprávy a o zmene a doplnení niektorých zákonov

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
120 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 39 hodín
samoštúdium: 44 hodín
aktualizácia informácií, práca s legislatívou: 30 hodín
iné: 7 hodín

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. Lea Šlampiaková, PhD., Ing. Stanislava Honzová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/07	Názov predmetu: Finančno-ekonomická analýza
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): P Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester: 3.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: príprava a prezentácia semestrálneho projektu (50 %) a záverečná kombinovaná skúška z obsahu predmetu a diskusie k semestrálnemu 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, ktorý absolvuje predmet pozná základné princípy finančno-ekonomickej analýzy a ich úlohu v riadení podniku. Rozumie metodike a procesu finančno-ekonomickej analýzy vrátane horizontálnej, vertikálnej a pomerovej analýzy. Ovláda základné ukazovatele likvidity, rentability, zadlženosti a aktivity a pozná metódy hodnotenia trhovej hodnoty a výkonnosti podniku vrátane konceptov EVA a MVA. Rozumie princípom finančnej analýzy a oceňovania podniku a význam predikcie finančnej situácie. Disponuje všeobecným prehľadom o špecifikách finančnej analýzy a synergií vzťahov s kontrolingom vo všetkých sektoroch – podnikoch, organizáciách, vrátane turizmu a hotelierstva a jeho prepojenia na finančnú výkonnosť. Vie identifikovať kľúčové výkonnostné a finančné ukazovatele v týchto sektoroch. Zručnosti: študent, ktorý absolvuje predmet vie vykonávať finančno-ekonomickú analýzu podniku pomocou základných a pokročilých analytických metód. Dokáže interpretovať ukazovatele likvidity, rentability, zadlženosti a aktivity pre potreby riadenia podniku. Používa nástroje horizontálnej, vertikálnej a trendovej analýzy na hodnotenie vývoja finančných výsledkov a vie aplikovať metódy oceňovania podniku a finančnej predikcie v praxi. Ovláda metódy kontrolingu nákladov, výnosov a obežného majetku v rôznych sektoroch a pripravuje a vyhodnocuje finančné a kontrolingové správy pre rozhodovacie procesy. Je schopný analyzovať a hodnotiť riziká a finančnú stabilitu podniku. Dokáže navrhnúť ukazovatele výkonnosti a interpretovať výsledky prevádzkového a finančného kontrolingu. Vie spracovať základný kontrolingový report vrátane analýzy odchýlok. Profesijné kompetencie: študent je schopný vykonávať komplexnú finančno-ekonomickú analýzu podniku a navrhovať opatrenia na zlepšenie jeho hospodárenia. Vie aplikovať nástroje kontrolingu pri plánovaní, monitorovaní a hodnotení výkonnosti podniku. Identifikuje rizikové	

oblasti finančného riadenia a navrhovať riešenia na ich elimináciu. Je schopný vypracovať odborné správy, finančné analýzy a podklady pre rozhodovanie manažmentu a uplatňuje analytický prístup pri riešení praktických problémov ekonomickej praxe vo verejnom aj súkromnom sektore.

Prenositeľné kompetencie: Študent po absolvovaní predmetu rozvíja analytické a kritické myslenie pri práci s ekonomickými a finančnými údajmi. Má schopnosť samostatne riešiť problémy a prijímať rozhodnutia na základe dát a zefektívňuje komunikačné zručnosti prostredníctvom prezentácie výsledkov analýz a odporúčaní. Je kompetentný pracovať s odborným softvérom a nástrojmi na analýzu a vizualizáciu údajov. Posilňuje schopnosť tímovej spolupráce pri riešení praktických úloh a projektov.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do finančno-ekonomickej analýzy. Význam, postavenie, ciele, úlohy a metódy.
2. Zdroje údajov a účtovné výkazy. IFRS/IPSAS verzus národné výkazy. Štruktúra súvahy a výkazu ziskov a strát (BS a P/L).
3. Nástroje a metódy finančno-ekonomickej analýzy podniku. Pomerové ukazovatele. Likvidita. Zadlženosť. Rentabilita. Aktivita.
4. Horizontálna a vertikálna analýza. Medziročné zmeny, štrukturálne zmeny.
5. Kvantitatívna analýza výnosov, nákladov a zisku. Produktivita a bod zvratu.
6. Ukazovatele trhovej hodnoty a výkonnosti. Metódy merania výkonnosti a ich využitie v rozhodovaní a riadení. Benchmarking. Komparatívna analýza.
7. Hodnotové ukazovatele výkonnosti EVA a MVA a ich limity. Ekonomický zisk a jeho výpočet.
8. Oceňovanie podniku a predikcie. Metódy oceňovania. Predikcia budúcej finančnej situácie.
9. Riziko a krízová analýza. Typy rizík. Analýza zadlženosti a finančného zdravia. Modely predikcie bankrotu.
10. Finančná analýza v organizáciách verejného sektora. Sebestačnosť, produktivita, efektívnosť. Financovanie činností a investičná aktivita. Rozpočtové a mimorozpočtové zdroje.
11. Synergie finančno-ekonomickej analýzy a kontrolingu v podnikoch a organizáciách. Nákladovosť. Ziskovosť. Efektívnosť.
12. Synergie finančno-ekonomickej analýzy a kontrolingu v turizme a hotelierstve. Štruktúra nákladov a výnosov. Revenue management. Prevádzkový kontroling.
13. Špecifiká verejného a neziskového sektora. Finančná analýza účtovnej závierky podľa štandardov IPSAS. Efektívnosť. Prezentácia prípadových štúdií.

Odporúčaná literatúra:

1. ELEXA, Ľ., GUNDOVÁ, P. 2019. *Zbierka príkladov z finančno-ekonomickej analýzy podniku*. Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela Belianum, 140 s. ISBN 978-80-557-1538-4.
2. ELEXA, Ľ., IŠTOK, M., ŠLAMPIAKOVÁ, L. 2022. Do Links to Tax Havens Affect Companies' Financial Performance? The Case of Slovakia. In: *E&M. Economics and Management*, vol. 25, no. 1. ISSN 1212-3609.
3. KALOUDA, F. 2015. *Finanční analýza a řízení podniku.* Praha : Grada Publishing, 230 s. ISBN 978-80-7380-526-5.
4. KRAFTOVÁ, I. 2002. *Finanční analýza municipální firmy*. Praha: C. H. Beck, 2002. 206 s. ISBN 978-80-7179-778-4.
5. KRIŠTOFÍK, P., ŠLAMPIAKOVÁ, L. 2021. Differences in Capital Structure of Publicly Traded Companies in Europe and USA. In: *Politická ekonomie : teorie, modelování, aplikace*, roč. 69, č. 3. s. 322-339. ISSN 0032-3233.
6. KRIŠTOFÍK, P., ŠLAMPIAKOVÁ, L., FENDEKOVÁ, J. 2021. Convergence of Non-financial Companies' Capital Structure in Central and Eastern Europe. In: *Journal of Economics*, roč. 69, č. 3 (2021). ISSN 0013-3035.
7. KUBIČKOVÁ, D., JINDŘICHOVSKÁ, I. 2015. *Finanční analýza a hodnocení výkonnosti firem.* Praha:C. H. Beck, 342 s. ISBN 978-80-7400-538-1. 4.
8. LAZAR, J. 2012. *Manažerské účetnictví a controlling*. Grada Publishing 2012. 280. ISBN 978-

80-247-4133-8.
9. LESÁKOVÁ, Ľ., ELEXA, Ľ., GUNDOVÁ, P. 2015. *Finančno-ekonomická analýza podniku* 2. Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela Belianum, 100 s. ISBN 978-80-557-0983-3.
10. PACHINGEROVÁ, M. et al. 2016. *Kontroling podnikov cestovného ruchu*. 1. vyd. Bratislava: Ekonóm, 2016. 295 s. ISBN 978-80-225-4231-9.
11. PAVELKOVÁ, D., KNÁPKOVÁ, A. et al. 2017. Finanční analýza. Praha: Grada, 2017. 232 s. ISBN 978- 80- 271- 0563- 2.
12. PENMAN, S. H. 2013. *Financial statement analysis and security valuation.* New York: McGraw-Hill, 2013. 740 s. ISBN 978- 0- 07- 802531- 0.
13. RUČKOVÁ, P. 2019. Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi. Praha : Grada Publishing, 160 s. ISBN 978-80-271-2028.
14. SLÁDEK, G. – VALENTEOVÁ, K. 2006. *Controlling hotela a reštaurácie*. Bratislava: IURA EDITION, 2006. 222 s. ISBN 80-8078-098-6.
15. TÓTH, M. - ŠAGÁTOVÁ, S. 2020. *Nákladový controlling*. 1. vyd. Praha : Wolters Kluwer, 2020. 168 s. ISBN 978-80-7598-906-2.
16. ZALAI, K. et al. 2016. *Finančno-ekonomická analýza podniku.* 9. aktualiz. a rozšír. vyd. Bratislava: Sprint 2, 2016. 487 s. ISBN 978-80-89710-22-5.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
180 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 39
samoštúdium: 90
štúdium aktuálnej legislatívy: 17
zber informácií a spracovanie semestrálneho projektu: 34

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. Lea Šlampiaková, PhD., Ing. Jozef Kučera, PhD., MSc.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/08	Názov predmetu: Finančný manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): P Rozsah: za obdobie štúdia 52s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: kombinovaná skúška z obsahu predmetu, vrátane diskusie k prípadovej štúdií (60 %), priebežné hodnotenie (20 %) a spracovanie prípadovej štúdie (20 %). 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*: Absolvovaním predmetu študent nadobudne rozsiahle teoretické vedomosti z oblasti finančného manažmentu podnikateľských subjektov a verejných a neziskových organizácií. Pozná princípy procesov finančného riadenia, vrátane princípov investičného rozhodovania o financovaní, investovaní, kapitálovej štruktúre podniku a alokácii finančných zdrojov. Pozná nástroje hodnotenia výkonnosti, investícií, nákladov a rizík. Rozumie princípom finančného riadenia a kontrolingu v rôznych typoch podnikov a organizácií a aj metodike finančnej analýzy, plánovania a rozpočtovania, ako aj hodnoteniu ich finančnej výkonnosti. Vie aplikovať princípy riadenia verejných financií na úrovni územných celkov a organizácií neziskového sektora. Dokáže rozlíšiť výhody a obmedzenia jednotlivých prístupov vo finančnom manažmente a identifikovať najvhodnejšie riešenia v rôznych typoch rozhodovacích situácií. *Zručnosti*: Absolvovaním predmetu študent nadobudne zručnosti potrebné na efektívne finančné riadenie v podnikoch, ako aj vo verejných a neziskových organizáciách. Dokáže prakticky aplikovať metódy finančnej analýzy a plánovania na riešenie konkrétnych problémov finančného riadenia. Je schopný navrhnúť vhodnú štruktúru financovania a efektívne alokovať finančné zdroje medzi jednotlivé zložky majetku. Vie zostaviť základný finančný plán, rozpočet a vykonať analýzu odchýlok. Aplikuje metódy finančného hodnotenia a navrhuje opatrenia pre efektívnejšie riadenie. Získa zručnosti v tvorbe a riadení rozpočtov verejných a neziskových organizácií a dokáže aplikovať nástroje finančného riadenia aj na úrovni územných celkov. *Profesijné kompetencie*: Absolvent predmetu disponuje profesijnými kompetenciami v oblasti finančného manažmentu, ktoré mu umožňujú samostatne a kvalifikovane vykonávať úlohy súvisiace s finančným riadením v podnikoch, verejných aj neziskových organizáciách. Je schopný analyzovať finančnú situáciu organizácie, navrhovať vhodné formy financovania a prijímať rozhodnutia o efektívnej alokácii finančných zdrojov. Ovláda metódy finančného plánovania, rozpočtovania a kontroly, ktoré dokáže prispôsobiť špecifikám konkrétneho sektora. Je schopný navrhovať finančné rozhodnutia v súlade so stratégiou podniku a verejnej organizácie (vrátane územných celkov) a	

samostatne riešiť úlohy finančného a kontrolingového charakteru v rôznych sektoroch. Rozvíja strategické myslenie a rozhodovanie v podnikovom a vo verejnom finančnom manažmente (ESG, New public management).

Prenositeľné kompetencie: Absolvent predmetu si osvojí široké spektrum prenositeľných kompetencií, ktoré môže uplatniť v rôznych profesijných kontextoch. Schopnosť analyticky a kriticky myslieť využije pri riešení problémov spojených s finančným riadením podnikov a organizácií. Je schopný pracovať s kvantitatívnymi údajmi, interpretovať finančné informácie a prijímať na ich základe fundované rozhodnutia. Zvládne efektívnu argumentáciu a obhajobu finančných riešení v individuálnej aj tímovej spolupráci. Získa schopnosť plánovať, organizovať a koordinovať finančné procesy v rôznych typoch podnikov a organizácií. Posilní svoju adaptabilitu pri aplikácii poznatkov v meniacich sa ekonomických a organizačných podmienkach a prehĺbi zodpovedný prístup k hospodáreniu so zdrojmi. Kriticky vyhodnocuje riziká a komunikuje riešenia v tíme.

Stručný obsah predmetu:

1. Úvod do finančného manažmentu. Vymedzenie finančného manažmentu: význam, ciele a funkcie. Etické a legislatívne aspekty finančného rozhodovania. Porovnanie prístupov v podnikateľskej verzus vo verejnej /neziskovej sfére.
2. Finančné plánovanie. Strategické plánovanie : ciele, finančné stratégie. Operatívne plánovanie a jeho nástroje. Prípadová štúdia: plánovanie v podniku verzus vo verejnej organizácií.
3. Rozpočtovanie -prístupy a metódy. Typy rozpočtov. Rozpočtovacie procesy v podniku verzus vo verejnom sektore. Analýza citlivosti.
4. Riadenie kapitálu a zdrojov financovania. Kapitálová a majetková štruktúra podniku. Náklady na kapitál, optimalizácia zdrojov. Treasury manažment a likvidita.
5. Financovanie vo verejných a neziskových organizáciách. Zdroje: úvery, granty, fundraising, emisie, PPP. Politiky zadlžovania a regulácia územných samospráv. Prípadová štúdia: verejná organizácia a jej financovanie.
6. Investičné rozhodovanie a hodnotenie investícií. Metódy hodnotenia investícií. Kapitálové rozpočtovanie a projektové rozhodovanie. Prípadová štúdia: podniková verzus verejná investícia.
7. Riadenie pracovného kapitálu a cash flow. Zložky pracovného kapitálu: pohľadávky, zásoby, hotovosť. Riadenie krátkodobého financovania a likvidity. Efektívnosť cash flow a pracovného kapitálu.
8. Manažment nákladov a ziskovosť. Nákladová analýza. Kalkulácie. Bod zvratu. Riadenie ziskovosti a rozhodovanie na základe nákladov. Aplikácia vo verejnej a neziskovej sfére.
9. Kontroling -plánovanie, kontrola a reporting. Nástroje kontrolingu. IT podpora kontrolingu. Kontroling v podnikoch a v organizáciách.
10. Riadenie výkonnosti a benchmarking. Výkonnostné ukazovatele. Balanced Scorecard. Prípadové štúdie: meranie výkonnosti v rôznych sektoroch.
11. Rozdeľovanie zisku a hodnota podniku. Dividendová politika, typy a rozhodovanie. Oceňovanie podniku a jeho metódy. Prípadová aplikácia: určenie hodnoty podniku.
12. Finančné riziká a ich riadenie. Druhy rizík a ich špecifiká. Finančné nástroje a regulácia. Riadenie rizika vo verejných a neziskových organizáciách.
13. Udržateľné financovanie a ESG vo finančnom riadení. ESG faktory a ich integrácia do rozhodovania. Udržateľné financovanie a strategická rovnováha. Kontroling a včasná identifikácia problémov. Záverečné zhrnutie a diskusia.

Odporúčaná literatúra:

1. ALLEN, R., TOMMASASI, D. 2002 *Řízení veřejných výdajů.* Praha, MF ČR 2002. ISBN 92-64-17690-X.
2. BREALEY, R. A., MYERS, S. C., ALLEN, F. *Principles of corporate finance*. 9th ed. New York : McGraw-Hill/Irwin. ISBN 978- 0071284912.
3. BANDY, G. 2015. *Financial management and accounting in the public sector.* Routledge. New York. ISBN 978-1-138-78789-6.
4. HUŇADY, J., PISÁR, P. et. al. 2022. Digital transformation in EU: North is leading, and South is lagging behind. In: *International journal of information systems and project management*, vol. 10, no. 4. pp. 39-56. ISSN 2182-7796

5. JONES, B. M. 1996. F*inancial management on the public sector*. London: McGraw- Hill Publishing Company. 245 s. ISBN 0- 07- 707888- 8.
6. KRIŠTOFÍK, P., ŠLAMPIAKOVÁ, L. 2021. Differences in Capital Structure of Publicly Traded Companies in Europe and USA. In: *Politická ekonomie : teorie, modelování, aplikace*, roč. 69, č. 3. s. 322-339. ISSN 0032-3233.
7. KRIŠTOFÍK, P., ŠLAMPIAKOVÁ, L., FENDEKOVÁ, J. 2021. Convergence of Non-financial Companies' Capital Structure in Central and Eastern Europe. In: *Journal of Economics*, roč. 69, č. 3. ISSN 0013-3035.
8. KRIŠTOFÍK, P., ŠLAMPIAKOVÁ, L., FENDEKOVÁ, J. 2020. Do Financial Systems in Europe Converge? Evidence from Enterprise Financial Liabilities Comparing Eurozone and Non-Eurozone Countries. In: *Transformations in Business & Economics*, vol. 19, no. 3. pp. 21-37. ISSN 1648-4460.
9. MUSA, H., KRIŠTOFÍK, P., VINCZEOVÁ, M. 2023. *Finančný manažment*. Banská Bystrica: Belianum. Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2023. ISBN: 978-80-557-2045-6
10. NEMEC, J. a kol. PISÁR, P. 2012. *Managing public investments at municipal level. Manual of local officials*. Bratislava: NispaCee, 2012. ISBN 978-80-89013-58-6.
11. PISÁR, P. et. al. 2020. The contribution of innovation actors into business R&D funding - Does the substitution effect of public support worh in the EU? In: *E&M Economics and Management*, vol. 1, no. 1, pp. 121-134. ISSN 1212-3609.
12. PISÁR, P. et. al. 2019. *Performance based funding of universities: Czech Republic and Slovakia. 13. chapter. In Performance-based budgeting in the public sector* - 1. vyd. Cham : Springer Nature Switzerland, 2019. ISBN 978-3-030-02076-7.
13. PISÁR, P. 2021. *Projektový manažment vo verejnom sektore: Manažment programov EÚ* - 1. vyd. - Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2021. - 156 s. ISBN 978-80-557-1885-9.
14. PISÁR, P., ĽAPINOVÁ, E. 2019. *Financie Európskej únie.* Banská Bystrica: Belianum 336 s. ISBN 978-80-557-1607-7.
15. 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, n. 1, 2021, s. 261-283.* ISSN 1337-9038.
16. SIVÁK, R. a kol. 2019. *Kapitálová štruktúra podnik3ateľských subjektov.* Bratislava: Sprint dva, 2019. ISBN 978- 80- 89710- 23- 2.
17. WANG, X. 2015. Financial management in the public sector. Tools, Applications, and Cases. Third Edition. New York: Routledge. ISBN 978-0-7656-368
18. WRIGHT, G. -NEMEC, J. 2003. *Management veřejné správy. Zkušenosti z transformace veřejné správy ze zemí střední a východní Evropy.* Praha : Ekopress. ISBN 80-86119-70-X.
19. Ekonomické a finančné spravodajstvo – napr. Hospodárske noviny, Trend, Profit, Forbes, Poradca, Finančný manažér atď.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
210 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 52
samoštúdium: 100
štúdium aktuálnej legislatívy: 25
zber informácií a spracovanie prípadovej štúdie: 33

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: prof. Ing. Peter Pisár, PhD., Ing. Lea Šlampiaková, PhD., Ing. Jozef Kučera, PhD., MSc.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/09	Názov predmetu: Interkultúrna komunikácia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): P Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 80 % skúška a 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*: Študent sa z predmetu zorientuje vo vednom odbore a v terminológii v súvislosti s interkultúrnou komunikáciou, vie definovať jednotlivé pojmy ako interkulturalizmus, interkulturalita, jazyk ,komunikácia a kultúra. Pozná najpoužívanejšie druhy verbálnej a neverbálnej komunikácia, vie ich špecifikovať v podmienkach podnikoch/organizáciách. Študent dokáže definovať interkultúrnu komunikáciu implementovanú v rôznych typoch organizácií/podnikoch a taktiež charakterizovať medzikultúrnu komunikáciou ako súčasť sociálnej komunikácie. Študent vie vymedziť jednotlivé riziká a bariéry, ktoré sa vyskytujú pri implementácií interkultúrnej komunikácií a na základe praktických príkladov rozumie ich významu pre podnik. Študent vie definovať interkultúrny manažment v podnikoch ako aj interkultúrnu spoluprácu, ktoré sú nevyhnutné najmä v medzinárodných podnikoch. Študent sa vie orientovať v problematike medzinárodných kultúrnych vzťahov ako aj vo význame kultúrnych dimenzií. *Zručnosti*: Študent dokáže uplatňovať základné princípy interkultúrnej komunikácie v teoretickej aj v praktickej rovine. Je schopný definovať dôležité atribúty na ašpirujúci úspešný podnik využívaný interkultúrny manažment a komunikáciu v praxi. Študent je schopný formulovať odporúčania pre podniky, ktoré sa usilujú implementovaním interkultúrnej komunikácie zlepšiť svoju podnikovú kultúru a identitu, čo môže prispievať k zvyšovaniu pozitívnemu imidžu voči externému prostrediu. Študent je schopný samostatne zhodnotiť nevyhnutnosti procesu interkultúrnej komunikačnej stratégii a vie jasne definovať hlavné znaky rizík a bariér v procese medzikultúrnej komunikácie. *Profesijné kompetencie*: Študent je odborne spôsobilý orientovať sa v širokej škále teoretických a praktických poznatkov týkajúcich sa interkultúrnej komunikácie. Študent sa orientuje v nových trendoch, ktoré podmieňujú a vo veľkej miere vplývajú na tvorbu komunikácie v internom a externom prostredí podniku. Študent je schopný odporučiť podniku postupy a možnosti ako vhodne pristupovať k interkultúrnemu manažmentu. Na základe vedomostí o možnostiach podpory medzinárodných kultúrnych vzťahov, študent má schopnosť navrhnúť reálnemu podniku spôsoby, ako postupovať	

v záujme tvorby interkultúrnej politiky. Po absolvovaní štúdia je študent odborne spôsobilý získané vedomosti a zručnosti uplatniť v praktickej činnosti v rôznych typoch podnikov.

Prenositeľné kompetencie: Študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti, je schopný pracovať v tímoch a osvojí si techniky organizovania, plánovania a časového manažmentu. Študent si zvýši svoju digitálnu gramotnosť a analytické myslenie a 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. Úvod do problematiky. Teoretické východiská a historický prehľad interkulturity a interkulturalizmu. Základná terminológia, podstata a súvislosti: komunikácia, jazyk, kultúra, kultúrny šok, migrácia, akulturácia.
2. Definícia interkultúrnej komunikácie. Podstata význam interkultúrnej komunikácie v podnikoch. Interkultúrna komunikácia ako súčasť sociálnej komunikácie.
3. Jazyk ako nástroj moci: postkoloniálne perspektívy, kultúrne asymetrie a identita.
4. Riziká a bariéry účinnej a efektívnej interkultúrnej komunikácie. Stereotypy, predsudky a etnocentrizmus.
5. Etické aspekty interkultúrnej komunikácie: rešpekt, hodnotové disonancie a kultúrna senzitivita.
6. Interkultúrne vzdelávanie z pohľadu definície spoločnosti, kultúry a náboženstva. Získavanie interkultúrnych kompetencií. Kultúrna segregácia.
7. Kultúrne dimenzie a medzinárodné kultúrne vzťahy. Kultúrne prostredie. Formy interkultúrnej spolupráce.
8. Kultúrne hodnoty: Hofstedeho kultúrny model, Hallov model, Trompenaarsov model.
9. Interkultúrne konflikty: porozumenie konfliktov, riešenie konfliktov, interkultúrna negociácia.
10. Interkultúrna spolupráca v praxi. Práca v multikultúrnom tíme, adaptácia a vedenie.
11. Interkultúrna komunikácia na sociálnych sieťach. Online dialóg a identita.
12. Praktické prípadové štúdie: riešenie interkultúrnej komunikácie v pracovnom prostredí.
13. Praktické prípadové štúdie: riešenie interkultúrnych konfliktov v turizme.

Odporúčaná literatúra:

1. BINDEROVÁ, M. 2020. Interkultúrna komunikácia v aplikácii základných ľudských práv v ÚPZC Sečovce. In: *Význam Dohovoru o ochrane ľudských práv a základných slobôd a jeho vplyv na dodržiavanie ľudských práv*. In: *zborník príspevkov 1. vyd.* Bratislava: Akadémia Policajného zboru v Bratislave. s. 6-15. ISBN 978-80- 8054-865-0.
2. CUPOŠ, L. 2022. Kultúrne aspekty manažmentu v globálnom prostredí. In: *Manažment v globálnom prostredí*, 2022. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, s. 234-246. ISBN 978-80-223-5453-0.
3. COPUŠ, L., ČARNOGURSKÝ, K. 2017. Intercultural marketing: Culture and its influence on the efficiency of Facebook marketing communication. In: *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, roč. 12, č. 2, 2017. s. 189-207. ISSN 1842-0206.
4. GBUROVÁ, J., MUDRÍK, M. 2016. *Komunikácia v manažmente.* Prešov: Bookman. 104 s. ISBN 978-80-8165-163-2.
5. HELMOVÁ, M. 2014. Interkultúrna komunikácia ako špecifická forma sociálnej komunikácie. In: *Cudzie jazyky v premenách času: recenzovaný zborník príspevkov*, 2014. Bratislava: EKONÓM. S. 91-95. ISBN 978-80-225-4132-9.
6. HELMOVÁ, M., SERESOVÁ, K. 2021. Interkultúrna kompetencia: významný predpoklad úspešnej cezhraničnej komunikácie a kooperácie. In: *Lingua et vita*, roč. 19, 2021, s. 9-19. ISSN 1338-6743.
7. MIKULOVÁ, A, a kol. 2018. *Interkultúrne vzdelávanie*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove. 212 s. ISBN 978-80-55-2022-3.
8. NOSKOVÁ, I. 2019. *Umenie komunikácie.* Bratislava: Metodicko-pedagogické centrum v Bratislava, 2019. 65 s. ISBN: 978-80-565-1441-2.
9. PONDELÍKOVÁ, I, 2021. *Úvod do medzinárodných kultúrnych vzťahov a internej komunikácie.* Banská Bystrica: DALI-BB, s.r.o. , 95 s. ISBN 978-80-8141-243-1.
10. SLIVKOVÁ, I. 2020. *Úvod do interkultúrnej komunikácie.* Prešov: Prešovská univerzita v Prešove. 116s. ISBN 978-80-555-2451-1.

11. THOMAS, A., KINAS., E. T., SCHROLL-MACHL, S. 2010. *Handbook of Intercultural Communication and Cooperation*. Oakville: Vandenhoeck & Ruprecht, 2010. ISBN 978-3666403279.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
180 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 39
samoštúdium: 62
iné: spracovanie zadaní na cvičeniach: 79

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: Ing. Jaroslava Gburová, PhD., univ. doc., PhDr. Martin Halmo, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/10	Názov predmetu Investičné stimuly a politiky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): V Rozsah: za obdobie štúdia 26s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 60 % semestrálny projekt a 40 % obhajoba semestrálneho projektu, vrátane diskusie na overenie vedomostí z predmetu. 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 získava detailné porozumenie právneho rámca hospodárskej súťaže v rámci Európskej únie, mechanizmov verejnej podpory podnikov a investičných stimulov. Študent bude mať prehľad o notifikačných pravidlách a postupoch súvisiacich so štátnou a minimálnou pomocou a bude oboznámený s úlohou verejnej správy v oblasti poskytovania a kontroly štátnej a minimálnej pomoci. Študent bude mať znalosti o kategóriách investičnej pomoci a ich vplyve na regionálny rozvoj. Okrem toho bude schopný analyzovať a hodnotiť vplyv verejnej podpory a investičných stimulov na hospodársku súťaž a hospodársky rozvoj. Bude rozumieť situáciám, v ktorých je potrebné pomoc notifikovať EÚ a bude schopný analyzovať konkrétne investičné projekty z hľadiska ich stratégie a významu pre regionálny rozvoj a hospodársku súťaž. *Zručnosti*: Študent dokáže analyzovať právny rámec hospodárskej súťaže v rámci EÚ. Je schopný identifikovať a interpretovať mechanizmy verejnej podpory podnikom a investičné stimuly. Okrem toho je schopný aplikovať notifikačné pravidlá a postupy súvisiace so štátnou a minimálnou pomocou. Ďalej je schopný kriticky zhodnotiť úlohu verejnej správy v poskytovaní a kontrole štátnej a minimálnej pomoci. Taktiež má schopnosť analyzovať vplyv investičnej pomoci na regionálny rozvoj a hospodársku súťaž. Študent má po absolvovaní predmetu schopnosť vybrať vhodnú kategóriu pomoci a investičných stimulov pre konkrétne investičné projekty a bude schopný argumentovať ich výber na základe ich stratégie a cieľov. *Profesijné kompetencie*: Študent je schopný porozumieť právnemu rámcu hospodárskej súťaže v EÚ a štruktúre verejnej podpory podnikom, má schopnosť identifikovať a interpretovať formy verejnej podpory a investičných stimulov a schopnosť aplikácie notifikačných pravidiel a postupov pre štátnu a minimálnu pomoc, ďalej analytické schopnosti pre posúdenie vplyvu investícií na regionálny rozvoj a hospodársku súťaž, či schopnosť identifikácie situácií	

vyžadujúcich pomoci notifikáciu EÚ. Študent je schopný realizovať hodnotenie konkrétnych investičných projektov z hľadiska ich stratégie a významu pre regionálny rozvoj a hospodársku súťaž a má schopnosť výberu vhodnej kategórie pomoci a stimulov a argumentácia ich výberu na základe stratégie a cieľov projektu. Tieto kompetencie umožnia študentovi efektívne pracovať v oblasti verejnej správy, konzultačných firiem alebo ako odborník na podporu hospodárskeho rozvoja na rôznych úrovniach správy a v rôznych odvetviach hospodárstva. Zároveň mu umožnia efektívne posúdiť dostupné možnosti podpory a využiť ich v rozvoji konkrétneho investičného zámeru.

Prenositeľné kompetencie: Študent predmetu si osvojí analytické a kritické myslenie, schopnosť riešiť problémy, prácu v tíme, rozhodovanie, komunikačné zručnosti, organizačné schopnosti a schopnosť práce s informáciami a práce s právnym textom.

Stručná osnova predmetu:

1. Hospodárska súťaž v EÚ. Základné princípy ochrany hospodárskej súťaže.
2. Verejná podpora podnikom. Regulácia poskytovania verejných prostriedkov podnikom.
3. Druhy investičných stimulov a politík. Formy podpory investícií.
4. Štátna pomoc a jej legislatívne vymedzenie. Definícia, právne podmienky a pravidlá poskytovania štátnej pomoci.
5. Minimálna pomoc a jej legislatívne vymedzenie. Charakteristika a limity de minimis pomoci podľa práva EÚ.
6. Notifikačné pravidlá a ich uplatňovanie. Proces oznamovania štátnej pomoci EK a výnimky.
7. Kontrola v oblastiach štátnej a minimálnej pomoci. Dohľad EK a vnútroštátnych orgánov.
8. Verejná spáva na úseku štátnej a minimálnej pomoci. Úlohy a právomoci príslušných orgánov pri poskytovaní pomoci.
9. Kategórie investičnej pomoci a politiky. Druhy a vymedzenie investičných stimulov a politík.
10. Regionálna investičná pomoc. Charakteristika, podmienky poskytovania a pravidlá podpory.
11. Strategické investície, ich rozsah a vymedzenie. Kritériá a podmienky pre posúdenie investície ako strategickej.
12. Významné investície. Kritériá a podmienky pre posúdenie investície ako významnej.
13. Hodnotenie investičných stimulov. Nástroje a kritériá hodnotenia poskytnutej pomoci.

Odporúčaná literatúra:

1. CANGÁROVÁ, K. 2020. *Právo štátnej pomoci.* Bratislava: C.H.Beck, 2020. 448 s. ISBN 978-80-896038-9-3.
2. BALOG, B. et al. 2019. *Zákon o regionálnej investičnej pomoci.* Bratislava: Wolters Kluwer, 2019. 208 s. ISBN 978-80-571007-4-4.
3. MALATINEC, T., PALKECHOVÁ, Z., ŠUTOVÁ, Z. 2023. *Unlocking Economic Potential:A Comprehensive Analysis of Regional Investment Aid Policy in Slovakia* In European State Aid Law Quarterly, Volume 22 (2023), Issue 3, p. 276 - 289. ISSN 1619-5272.
4. MALATINEC, T. 2024. European Union Legal Framework of State Aid in Cultural Tourism and the Use of Notified Aid by Member States In Juridical tribune - review of comparative and international law. Roč. 14, č. 4 (2024), s. 620-635. ISSN 3008-637X.
5. KUPČÍK, J. 2024. Moderní soutěžní právo a ekonomie. C.H.Beck CZ, 2024. 856 s. ISBN 978-80-740097-3-0.

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: spracovanie semestrálneho projektu: 21

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: JUDr. Ing. Tomáš Malatinec, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025					
Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/11	Názov predmetu: Manažment a marketing vo verejnom a neziskovom sektore
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 70 % písomná skúška, 30% priebežné 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 predmetu pozná špecifiká fungovania verejného a neziskového sektora, vrátane jeho štruktúry a významu. Rozumie funkciám manažmentu v územnej samospráve, ako sú plánovanie, organizovanie, vedenie a kontrola. Má znalosti o postavení obcí a miest ako poskytovateľov verejných služieb a ich kompetenciách. Pozná princípy komunitného plánovania a participatívneho riadenia. Chápe význam verejných služieb, ich financovanie a miesto v ekonomike. Ovláda špecifiká marketingu vo verejnom a neziskovom sektore, vrátane place brandingu. Vie, ako fungujú komunikačné stratégie, PR a krízová komunikácia v organizáciách. Má prehľad o možnostiach financovania samospráv a neziskových organizácií, vrátane eurofondov a fundraisingu. Známe sú mu nástroje na meranie výkonnosti a hodnotenia dopadov. Sleduje aktuálne udržateľné trendy ako digitalizácia, klimatické politiky či participatívne rozpočty. *Zručnosti*: Študent dokáže plánovať a organizovať činnosti v rámci územnej samosprávy alebo neziskovej organizácie. Zvláda komunikáciu s občanmi, dobrovoľníkmi i partnermi. Dokáže vytvoriť marketingový plán a propagovať služby alebo projekty. Vie motivovať zamestnancov a rozvíjať ich potenciál. Má schopnosť spracovať žiadosť o grant či projektové financovanie. Je schopný analyzovať verejné politiky a ich dopady. Zvláda tvorbu participatívnych procesov a komunitných stratégií. Vie využívať digitálne nástroje v komunikácii a riadení. Ovláda krízovú a strategickú komunikáciu. Má schopnosti v organizovaní kultúrnych a komunitných podujatí. *Profesijné kompetencie*: Študent disponuje schopnosťou viesť tím a riadiť činnosť organizácie vo verejnom alebo neziskovom sektore. Vie eticky a zodpovedne rozhodovať. Je pripravený vytvárať a implementovať verejné politiky a služby. Chápe princípy verejného záujmu a transparentnosti. Má kompetencie v plánovaní, koordinácii a hodnotení projektov. Rozumie procesom verejného obstarávania a rozpočtovania. Je schopný budovať značku obce/mesta a rozvíjať jej imidž. Uplatňuje princípy udržateľného rozvoja a sociálnej inklúzie. Vie analyzovať	

potreby komunity a navrhovať vhodné riešenia. Rozvíja spoluprácu medzisektorovo aj medziobecne.

Prenositeľné kompetencie: Študent disponuje komunikačnými a prezentačnými zručnosťami. Dokáže pracovať v tíme aj samostatne. Má schopnosť riešiť problémy a prijímať rozhodnutia na základe analýz. Rozvíja občiansku angažovanosť, vedie komunity, spolupracuje s verejnými a súkromnými aktérmi. Má digitálnu gramotnosť a ovláda moderné nástroje online komunikácie. Dokáže viesť rokovania a budovať partnerstvá. Vie prenášať zručnosti medzi verejným, súkromným a neziskovým sektorom. Disponuje kritickým a strategickým myslením.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do problematiky verejného a neziskového sektora. Filozofia vzniku a vývoja manažmentu územných samospráv. Podstata, charakteristika a význam. Odlišnosti manažmentu uplatňované v podmienkach vyšších územných celkov.
2. Funkcie manažmentu územných samospráv. Funkcie plánovania, organizovania, vedenia ľudí – motivácia zamestnancov a dobrovoľníkov, rozvoj ľudských zdrojov, manažérske schopnosti starostu, etika a hodnoty v riadení; kontrola.
3. Úloha územnej samosprávy: Obce a mestá ako verejní poskytovatelia služieb. Postavenie obcí v systéme verejnej správy (originálne verzus prenesené kompetencie). Kompetencie a povinnosti obcí a miest. Spolupráca obcí s neziskovým sektorom a komunitami. Komunitné plánovanie a participatívne riadenie.
4. Verejné služby ako objekt manažmentu I. Služby vzdelávania, zdravotníctva, sociálnych služieb – miesto služieb v ekonomike, produkcia a financovanie týchto služieb.
5. Verejné služby ako objekt manažmentu II. Služby kultúry a športu – miesto služieb v ekonomike, produkcia a financovanie týchto služieb.
6. Marketing vo verejnom a neziskovom sektore. Špecifiká marketingu v sektore služieb. Marketingový mix pre verejné a neziskové organizácie. Cielenie, segmentácia a vytváranie hodnoty pre občana/donora.
7. Marketing územných samospráv (Place marketing). Budovanie značky obce/mesta (place branding). Propagácia regiónu pre obyvateľov, návštevníkov, investorov. Event marketing a kultúrne podujatia. Komunitný marketing – budovanie vzťahu samosprávy s občanmi.
8. Komunikačné stratégie a PR. Vzťahy s verejnosťou. Krízová komunikácia. Digitálny marketing, sociálne siete a samospráva.
9. Financovanie verejných a neziskových organizácií. Verejné zdroje, eurofondy, grantové programy. Fundraising a darcovstvo v neziskovom sektore. PPP projekty a spolupráca so súkromným sektorom.
10. Meranie výkonnosti a hodnotenie dopadu. Indikátory kvality verejných služieb. Sociálny audit a hodnotenie dopadu neziskových aktivít. Meranie spokojnosti obyvateľov s činnosťou samosprávy.
11. Medziobecná a cezhraničná spolupráca. Pridaná hodnota, efekty a bariéry spolupráce. Nástroje, modely a príklady medziobecnej a cezhraničnej spolupráce.
12. Príklady medziobecnej a cezhraničnej spolupráce v odvetví cestovného ruchu v Slovenskej republike a v krajinách V4.
13. Aktuálne výzvy a trendy. Digitalizácia služieb verejnej správy. Participácia občanov (e-government, participatívne rozpočty). Udržateľný rozvoj a klimatické politiky miest a obcí.

Odporúčaná literatúra:

1. BERESECKÁ, J. a kol. 2020. *Efektivita a výkonnosť súčasného stavu medziobecnej spolupráce na úrovni vnútroštátnych a prihraničných regiónov*. 1. vyd. Bratislava : Združenie miest a obcí Slovenska, 2020. 128 s. Dostupné na internete: <https://npmodmus.zmos.sk/download_file_f.php?id=1274479>.
2. HRONEC, Š. a kol. 2017. *New public manažment v kontexte poskytovania verejných služieb.* 1.vyd. Banská Bystrica : Belianum. Vyd. Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici. 348 s. ISBN 978-80-557-1307-6.

3. BALÁŽOVÁ, E., PAPCUNOVÁ, V. 2008. ,*Manažment samospráv* I.. Municipalia . 134 s. ISBN 978-80-552-0045-3.
4. BERESECKÁ, J., PAPCUNOVÁ, V. 2020. Cooperation between Municipalities and the Private Sector in the Field of Tourism (Case Study). In *Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D: Faculty of Economics and Administration*, vol. 28. N,o. 4. pp. 1-10. ISSN 1211- 555X.
5. BAČUVČÍK, R. 2011. *Marketing neziskových organizací.* Zlín: VeRBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-01-9.
6. BUTORACOVÁ ŠINDLERYOVÁ, I., HOGHOVÁ, K. 2020. Pôsobnosť samosprávnych krajov ako nositeľov územného marketingu: Využité možnosti? In: *PUBLICY 2020: 30 rokov verejnej správy: zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Fakulta sociálnych vied, 2020, s. 104-111. ISBN 978-80-572-0089-5.
7. HRONEC, M., BERESECKÁ, J., HRONEC. Š. *Opportunism in local government management and its impact on efficiency and performance*. 1. vyd. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2024. 142 s. ISBN 978-80-7380-958-4.
8. ČIRČOVÁ, V.2025. Digital transformation of human resource management processes and practices: A study of Slovak enterprises. In: *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. roč. 12, č. 3. s. 315-325. ISSN 2345-0282.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
150 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 39
samoštúdium: 52
iné: spracovanie zadaní: 59

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. Ing. Janka Beresecká, PhD., MSc., PhDr. Kristína Melušová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/12	Názov predmetu: Manažment destinácie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 60 % písomná skúška, 40 % priebežne 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*: Absolvovaním predmetu študent získa pokročilé poznatky o teórii a fungovaní turistických destinácií v kontexte odvetvia turizmu. Ovláda podstatu, princípy a pokročilé súvislosti fungovania destinácií ako aj ich možné ciele, etapy životného cyklu a marketingovú komunikáciu. Rozumie typológii turistických destinácií a možným variáciám ich kreovania. Rozumie postaveniu a úlohe destinačných manažérskych organizácií v kontexte regionálneho rozvoja. Študent porozumie vzťahom a úlohám medzi jednotlivými aktérmi v destinácii a pozná význam partnerstva pri dosahovaní cieľov v turistických destináciách. Vie interpretovať teoretické východiská problematiky a aplikovať ich do praktických aspektov riadenia turistických destinačných organizácií a ich tematických segmentov (náboženský, lesnícky, kultúrny turizmus). Pozná najnovšie trendy v predmetnej oblasti. *Zručnosti*: Absolvovaním predmetu nadobudne študent zručnosti potrebné na analýzu a riešenie širokého spektra problematiky destinačných organizácií. Dokáže identifikovať kľúčové problémy riadenia destinácií a hodnotiť ich ekonomické a sociálne dôsledky. Ovláda praktické nástroje potrebné na plánovanie činností a koordináciu bežných aj mimoriadnych činností destinácie. Je schopný selektovať a využiť účinné metódy a techniky v procesoch súvisiacich s riadením turistických destinácií vo viacerých oblastiach: ľudské zdroje, digitalizácia turizmu, marketingová komunikácia a značka, manažment kvality a udržateľné riadenia a pod. *Profesijné kompetencie*: Študent je pripravený riešiť praktické úlohy súvisiace s činnosťou turistických destinácií. Rozumie významu, procesom a postupom pri kreovaní partnerstiev v destináciách. Študent je vedený k rozvíjaniu kreatívneho myslenia a osvojeniu si schopnosti kritickej reflexie pri hľadaní inovatívnych riešení pri navrhovaní a realizácii projektov zameraných na udržateľný a strategický rozvoj turistických destinácií. Orientuje sa v problematike súčasných trendov jednak v oblasti riadenia organizácii destinačného manažmentu ale aj ich rozvoja v meniacom sa globálnom kontexte.	

Prenositeľné kompetencie: Absolvent predmetu je pripravený profesionálne pôsobiť v organizáciách destinačného manažmentu ako aj v rôznych organizáciách v odvetví turizmu. Nadobudne skúsenosti pri prijímaní rozhodnutí a pri voľbe a vytváraní strategických partnerstiev. Absolvent predmetu si osvojí komunikačné a prezentačné zručnosti a prehĺbi si analytické schopnosti. Nadobudne strategické a koncepčné myslenie. Získa prehľad v najnovších trendoch v odvetví turizmu. Posilní si tiež organizačné schopnosti využiteľné v rôznych profesijných oblastiach. Riadi partnerov v destinácii, komunikuje záujmy verejného aj súkromného sektora, podporuje udržateľnosť.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do manažmentu destinácie. Vymedzenie turistických destinácií a ich typológia. Postavenie turistických destinácií v kontexte regionálneho rozvoja.
2. Proces manažmentu destinácie. Mechanizmus a špecifiká manažmentu destinácie. Funkcie destinačného manažmentu, strategické riadenie a plánovanie.
3. Životný cyklus turistických destinácií. Fázy a znaky životného cyklu destinácií. Revitalizácia turistických destinácií a inovačné impulzy.
4. Návštevnícky manažment destinácie. Riadenie, monitorovanie a správanie návštevníkov. Návštevnícka infraštruktúra. Edukácia návštevníkov.
5. Marketingová komunikácia turistických destinácií. Komunikačná stratégia destinácie, cieľové skupiny a segmentácia návštevníkov. Nástroje marketingovej komunikácie a ich implementácia do manažmentu destinácie.
6. Digitálna komunikácia a online marketing destinačných organizácií. Webová stránka, sociálne siete, platformy, tón komunikácie, vizuálna identita; influencer marketing; obsah generovaný užívateľmi - recenzie, fotografia a video návštevníkov.
7. Branding a imidž destinácie. Budovanie a definovanie značky destinácie. Vizuálna a emocionálna identita destinácie. Imidž destinácie - faktory tvorby a účinné nástroje.
8. Výskum v destinácii. Výkonnosť destinácie. Meranie spokojnosti návštevníkov. Kapacita destinácie. Sekundárne zdroje pre výskum v destinácii.
9. Udržateľné riadenie destinácií. Rovnovážny rozvoj ekonomických, environmentálnych a sociálno-kultúrnych aspektov v turistickej destinácii. Krízový manažment destinácie.
10. Partnerstvo a spolupráca ako základný princíp úspešnej turistickej destinácie. Participatívna komunikácia – miestna komunita a stakeholderi.
11. Trendy v riadení destinácií a ich tematické segmenty: demografické výzvy, smart turizmus, udržateľný turizmus, participatívne riadenie, diverzifikácia sezónnosti turizmu, náboženský, lesný a kultúrny turizmus.
12. Tematické segmenty turizmu v destinácií I. Náboženský turizmus a jeho špecifiká. Motivácia a správanie účastníkov. Kultúrno-historický význam lokalít. Ekonomické aspekty náboženského turizmu a regionálny rozvoj. Etické a environmentálne aspekty. Vzdelávací a multikultúrny rozmer.
13. Tematické segmenty turizmu v destinácií II. Lesný turizmus a prírodné prostredie ako kľúčový prvok. Formy a infraštruktúrna vybavenosť. Udržateľnosť a ochrana prírody. Marketing lesného turizmu. Organizačné a právne aspekty. Príklady dobrej praxe v manažmente turistických destinácií -alternatívy prístupov a praktických riešení.

Odporúčaná literatúra:

1. ČERNÁ, J., LIŽBETINOVÁ, L. 2024. Digital Transformation Processes. In: *Tourism. Forum Scientiae Oeconomia*, vol. 12, n. 2, 65–83. Dostupné na internete: <https://d+oi.org/10.23762/FSO_VOL12_NO2_4>.
2. ČERNÁ, J., STACHO Z., MIKLE, L.. 2021. *Dynamic transformation of tourism. Oficyna Wydawnicza Stowarzyszenia Menedżerów Jakości i Produkcji*. 97 s. ISBN 978-83-63978-94-5.
3. ČERNÁ J., et al. 2022. "Transformation of Marketing Macro-Economic Environment of Tourism with Emphasis on Changes in Mobility During COVID-19 Pandemic" LOGI. In *Scientific Journal on Transport and Logistics*, vol. 13, no. 1, 186-197. Dostupné na internete:

<https://doi.org/10.2478/logi-2022-0017>.

4. 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*: WoodEMA-International Association for Economics and Management in Wood Processing and Furniture Manufacturing. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, 2021. ISBN 978-961-6144-41-4.
5. ČERNÁ, J. 2014. Religiousness and religious tourism in Slovakia:case study. In: *European Journal of Science and Theology-Jasy*:Academic organisation for environmental engineering and sustainable development, vol. 10, no. 1. pp. 21-37. ISSN 1841-0464.
6. DESTINATION MANAGEMENT GOOD PRACTICE GUIDE. Dostupné na internete:: <https://sust+ain.pata.org/wp-content/uploads/2015/11/SBC-Destination-Managemen-GPG-.pdf>.
7. GAJDOŠÍK, T., ŠEBOVÁ, Ľ. 2020. *Manažment cieľových miest cestovného ruchu*. Belianum. 178 s. ISBN 978-80-557-1710-4.
8. GOWREESUNKAR, V. 2021. *Tourism Destination Management in a Post-Pandemic Context: Global Issues and Destination Management Solutions*. Emerald Group Pub. 392 s. ISBN 978-18-007-1512-7.
9. HOLEŠINSKÁ, A. 2022. *Destinační management – Umění rozvíjet destinaci.* Praha: Grada publishing. 336 s. ISBN 978-80-271-3281-8.
10. KOZAK, N., KOZAK, M. 2019. *Tourist Destination Management. Tourism, Hospitality &. Event Management.* Springer. 324 s. ISBN 978-3-030-16980-0.
11. MORRISON, A., M. 2023. *Marketing and Managing Tourism Destinations.* Taylor and Francis. 720 s. ISBN 978-10-323-8069-8.
12. NEJDL K. 2011. *Management destinace cestovního ruchu.* Wolters Kluwer. 204 s. ISBN 978-80-735-7673-8.
13. PARTALE A., PARTALE, K. 2019. *Destination management in developing and emerning countries.* 64 s. Dostupné na internete: <https://www.giz.de/de/downloads/giz2019-en-destination-management.pdf>.
14. PEREZ, W. 2022. *Tourism Destination Management*. States Academic Press. 244 s. ISBN 9781639895281.
15. RYAN, Ch. 2020. *Advanced Introduction to Tourism Destination Management*. Eward Elgar Publishing. 192 s. ISBN 978-18-391-0389-6.
16. UNWTO. A *Practical Guide to Tourism Destination Management*. 2007. 162 s. ISBN ISBN: 978-92-844-1243-3. Dostupné na internete: <https://docenti.luiss.it/protected-uploads/472/2013/10/20131002182435-UNWTO_DM_practicalguide_bible_2007.pdf>.
17. World Bank. 2022. DESTINATION MANAGEMENT HANDBOOK. Dostupné na internete: <https://documen+ts1.worldbank.org/curated/en/099451003012313859/pdf/IDU07402ad17053a5043c909eb80cd040870838c.pdf>.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
150 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 39
samoštúdium: 52
iné: spracovanie zadaní: 59

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. Ing. Jana Černá, PhD., univ. doc., Ing. Martina Hudecová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/13	Názov predmetu: Manažment inovácií a štandardizácie v digitálnom prostredí
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): P Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 40 % záverečná skúška z obsahu predmetu, 20 % prezentácia prípadovej štúdie, 40 % vypracovanie skupinového projektu -návrh inovatívneho riešenia a štandardizačného rámca v digitálnom prostredí s využitím konkrétnych odporúčaní. 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*: Absolvent predmetu vysvetlí základné pojmy, princípy a význam inovácií a štandardizácie v modernej ekonomike. Disponuje poznatkami o princípoch a procesoch manažmentu inovácií, vrátane typológie a životného cyklu inovácií. Rozlíši typy inovácií a ich dopady na podnik a ekonomiku. Rozumie základom štandardizácie, jej úlohám a významu na národnej a medzinárodnej úrovni (napr. ISO, CEN, ETSI). Pozná vzťahy medzi inováciami, štandardizáciou a digitalizáciou v prostredí súkromného aj verejného sektora. Absolvent rozumie vplyvu digitálnych technológií na tvorbu a implementáciu inovačných a štandardizačných stratégií. Zhodnotí význam inovácií a štandardizácie pre digitálnu a zelenú transformáciu. *Zručnosti*: Absolvent predmetu je schopný analyzovať inovačný potenciál podniku a identifikovať prekážky inovačného rozvoja vo vzťahu ku konkurencieschopnosti krajiny. Dokáže aplikovať základné metódy a nástroje inovačného manažmentu (napr. TRL, otvorené inovácie) a navrhovať inovačné riešenia s ohľadom na platné štandardy a normy. Analyzuje regulačné rámce a ich vplyv na inovačné aktivity. Pripraví a obháji návrh inovácií a súvisiacej štandardizácie. Spolupracuje na tímových projektoch a reflektuje spätnú väzbu. Je schopný vyhodnotiť vhodnosť zavádzania digitálnych nástrojov v rámci inovačných a štandardizačných procesov. Interpretuje technické a organizačné štandardy v súlade s potrebami rozvoja produktov, procesov alebo služieb. *Profesijné kompetencie*: Po úspešnom absolvovaní predmetu študent dokáže aplikovať poznatky z oblasti inovácií a štandardizácie v digitálnom kontexte. Je pripravený sa zúčastňovať v práci v tímoch zameraných na rozvoj, digitalizáciu a štandardizáciu procesov a zabezpečiť súlad	

inovačných aktivít s normami kvality a regulácie. Má predpoklady pre prácu v oblasti inovačného manažmentu, štandardizácie a digitálnych riešení.

Prenositeľné kompetencie: Po absolvovaní predmetu študent rozvíja analytické a kritické myslenie pri riešení komplexných problémov. Komunikuje efektívne odborné i praktické témy ústnou aj písomnou formou. Spolupracuje v tíme a prispieva k riešeniu projektov. Plánuje a organizuje svoju prácu, využíva informačné zdroje a pracuje s neistotou. Aplikuje etické a zodpovedné prístupy pri práci s inováciami a normami. Je flexibilný voči zmenám technológií a regulačných rámcov. Posilňuje digitálne zručnosti v oblasti analýzy, prezentácie a práce s odbornými zdrojmi. Rozvíja schopnosť samostatného a celoživotného učenia sa.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do problematiky. Význam inovácií, štandardizácie a digitalizácie v modernej ekonomike. Vymedzenie kľúčových pojmov a ich súvislosti.
2. Typológia a klasifikácia inovácií. Druhy inovácií a ich vymedzenie. Inovácie v prostredí digitalizácie a automatizácie. Sociálne a environmentálne inovácie.
3. Riadenie inovácií. Modely riadenia inovácií. Nástroje kreativity. Strategické plánovanie a interdisciplinárny prístup. Otvorené inovácie. Inovačné ekosystémy a triple helix model. Klastrová iniciatíva. Regionálne a sektorové špecifiká inovácií.
4. Štandardizácia v manažmente. Pojem, vývoj, typy štandardov. Organizácie (ISO, IEC, CEN, STN). Úloha štátu a trhu v štandardizácii.
5. Vzťah medzi štandardizáciou a inováciami. Úspechy a zlyhania integrácie. Synergie a napätia medzi štandardmi a inováciami. Konflikty a synergie prezentované na báze prípadových štúdií (Wi-Fi, umelá inteligencia, elektromobilita, digitálne identity).
6. Digitalizácia ako akcelerátor inovácií. Vplyv digitalizácie na podniky a ekonomiku. Princípy digitálnej transformácie. Technológie (AI, IoT, big data, cloud, blockchain). Štandardizované riešenia digitalizácie verejnej správy(e-government).
7. Riadenie inovačných a štandardizačných projektov. Strategický manažment inovácií. Projektové riadenie a aktívne prístupy k inováciám. Nástroje podporujúce digitálne inovácie (platformy, nástroje pre spoluprácu). Riadenie zmien a kultúra inovácií v organizácii. Praktické príklady.
8. Financovanie a podpora inovácií a štandardizácie. Verejné politiky a podpora zo zdrojov EÚ (Horizon, DSM). Legislatívne rámce a regionálna dimenzia verejnej podpory inovácií.
9. Hodnotenie výkonnosti a súladu so štandardami. Meranie inovačnej výkonnosti. Certifikácia a audit. Benchmarking a nástroje kvality.
10. Udržateľnosť a spoločenský rozmer inovácií a štandardizácie v digitálom prostredí. Zodpovedné inovácie. ESG, zelené štandardy a ISO normy (14001, Agenda 2030). Sociálne inovácie (Smart cities, civic tech).
11. Medzinárodný a sektorový kontext inovácií a štandardizácie. Globálne trendy v štandardizácii a inováciách. Digitálna a zelená agenda. Iniciatívy UNECE a EÚ v zmysle Agendy 2030.
12. Inovačný a štandardizačný návrh I. Tímový návrh riešenia reálneho problému s využitím štandardizácie, udržateľnosti a etiky.
13. Inovačný a štandardizačný návrh II. Prezentácia projektov, syntéza poznatkov a spätná väzba.

Odporúčaná literatúra:

1. BLIND, K. 2004. *The Economics of Standards: Theory, Evidence, Policy*. Edward Elgar Publishing. ISBN 1-84376-793-7.
2. European Commission. 2011. A *strategic vision for European standards: moving forward to enhance and accelerate the sustainable growth of the European economy by 2020*. COM, 2011, s. 311.
3. HESSEL, FEILZER, DE VRIES, *Standardisation in companies and Markets*. Helmuth Schmidt University Germany. 3. edition. ISBN 978-3-940385-97-0

4. HITTMÁR, Š. 2017. *Riadenie inovačných procesov v podniku: teoretické a praktické otázky tvorby a uplatňovania inovačných procesov v podniku.* Žilina: EDIS - Vydavateľstvo Žilinskej univerzity. ISBN 978- 80- 554- 1414- 0.3.
5. HUŇADY, J., ORVISKÁ, M., PISÁR, P. 2018. The effect of higher education on entrepreneurial activities and starting up successful businesses. In *Inžinerinė ekonomika = Inzinerine Ekonomika= Engineering Economics*, vo. 29, n. 2, 2018. Kaunas : Kauno technologijos universitetas, 2018, s. 226-235. ISSN 1392-2785.
6. HUŇADY, J., PISÁR, P. et al. 2017. Innovation support and economic development at the regional level: panel data evidence from Visegrad countries. In *Journal of International Studies = Journal of International Studies* Kyiv. - Szczecin : Centre of Sociological Research, roč. 10, č. 3, 2017, s. 147-160. ISSN 2071-8330.
7. HUŇADY, J., ORVISKÁ, M., PISÁR, P. 2019. *What matters: The formation of university spin-offs in Europe. In Business Systems Research*, roč. 10, č. 1. S. l. : Walter de Gruyter, 2019, s. 138-142. ISSN 1847-8344.
8. HUŇADY, J., PISÁR, P. et. al. 2022. Digital transformation in EU: North is leading, and South is lagging behind. In: I*nternational journal of information systems and project management*, vol. 10, no. 4. pp. 39-56. ISSN 2182-7796.
9. LAMMENT, M., a kol. 2020. *Innovation in selected sectors of the economy*. 1. vyd. Radom : Publishing House Kazimierz Pulaski University of Technology and Humanities. ISBN 978-83-7351-894-0.
10. PISÁR, P. et al. 2020. The contribution of innovation actors into business R&D funding - Does the substitution effect of public support worh in the EU? In *E&M Economics and Management, vol.* 23, no. 1. s. 121-134. ISSN 1212-3609.
11. PISÁR, P. et al. 2019. *Regionálne inovácie v Európskej únii a na Slovensku. 1. vyd.* Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela, Belianum, 2019. 244 s. ISBN 978-80-557-1606-0 16.
12. PISÁR, P. et al. 2019. Performance based funding of universities: Czech Republic and Slovakia, 13. chapter. In *Performance-based budgeting in the public sector*, 1. vyd. Cham : Springer Nature Switzerland, 2019. ISBN 978-3-030-02076-7.
13. PISÁR, P. et. al. 2020. The contribution of innovation actors into business R&D funding - Does the substitution effect of public support worh in the EU? In: *E&M Economics and Management*, vol. 23, no. 1, s. 121-134. ISSN 1212-3609.
14. PISÁR, P. et al. 2021. Effectiveness of public support for business innovation from EU funds: Case study in Slovakia. In: Journal of public administration and policy, vol. 14., no. 1, 2021, p. 261-283. ISSN 1337-9038.
15. PISÁR, P., et. al. 2022. Digitization as a tool of e-government in selected public services of the state: international comparison of Slovakia and the Czech Republic. In: Administratie si Management Public. 2022. no. 39., pp. 111-132. ISSN 1583-9583.
16. PISÁR, P. -HONZOVÁ, S. 2025. E-government and economic growth in the European Union: with a specific focus on Slovakia. 2025. In: Journal of public administration and policy, vol. 18,, no. 1, pp. 163-191. ISSN 1338-4309.
17. ROSENBERG, H., HALL, B. H. 2010. *Handbook of Economics of Innovation*, vyd. 1, Amsterdam. North Holland : Elsevier. 2010. ISBN: 978-0-444-51995-5.
18. SVOZILOVÁ, A. 2007. *Projektový management*. Grada Publishing. Praha. 2006. ISBN 80-247-1501-5.
19. ŠIPIKAL, M., PISÁR, P. 2017. *Regionálna a sektorová dimenzia podpory inovácií zo zdrojov Európskej únie*, 1. vyd. Bratislava : Ekonóm, 2017, 126 s. ISBN 978-80-225-4460-3.
20. VEBER, J. a kol. 2016. *Management inovací. Management Press*, 2016. 288 s. ISBN 9788072614233.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
180 hodín, z toho:

kombinované štúdium (P, S, C): 39 samoštúdium: 72 iné: spracovanie prípadovej štúdie a skupinového projektu, vrátane ich prezentácie: 69					
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov:					
A	B	C	D	E	FX
Vyučujúci: prof. Ing. Peter Pisár, PhD., PhDr. Kristína Melušová, PhD., Ing. Stanislava Honzová, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025					
Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/14	Názov predmetu: Manažment kultúrneho dedičstva
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 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 predmetu získava základný pojmový aparát z problematiky hmotného a nehmotného kultúrneho dedičstva, nadobudne prehľad o prínose kultúrneho dedičstva pre prostredie kultúrneho turizmu, objasní sa mu význam viacdimenzionálnych a komplexne systémových manažérskych prístupov pre objekty kultúrneho dedičstva, študent je informovaný o špecifikách strategického, organizačného, procesného riadenia kultúrneho dedičstva s prihliadnutím na ľudské zdroje a motiváciu personálu, vysvetlia sa mu zásady prevádzkových modelov v organizáciách kultúrneho dedičstva a všetkých ich limitujúcich parametrov z pohľadu teórie a praxe, porozumie významu fundraisingu pre hmotné a nehmotné kultúrne dedičstvo, ovláda podstatu moderného marketingového prístupu s dôrazom na orientáciu korporátnych aktivít pre vybrané cieľové skupiny návštevníkov, porozumie významu offlinových a onlinových komunikačných nástrojov pre objekty kultúrneho dedičstva (expozícia, výstava, galerijná výstava, exteriérové inštalácie) s ohľadom na charakter a špecifiká inštitúcie (múzeum, inštalovaný objekt, archeopark, skanzen), je informovaný o problematike PR programov, pozná základné edukačné nástroje využiteľné v prezentácii kultúrneho dedičstva. Ovláda zásady ochrany a revitalizácie kultúrneho dedičstva v rámci udržateľného rozvoja. *Zručnosti*: Študent dokáže definovať úlohu kultúrneho dedičstva v kultúrnom turizme a identifikovať bariéry pri jeho využití na koncipovanie produktu kultúrneho turizmu, študent je schopný aplikovať teóriu manažmentu a jednotlivé manažérske funkcie do prostredia kultúrneho dedičstva, študent vie samostatne zostaviť fundraisingový plán a navrhnúť fundraisingovú stratégiu, študent je schopný využiť metódy a techniky marketingového výskumu pre identifikáciu kľúčových segmentov návštevníkov, je schopný aplikovať zručností pri rozhodovaní o marketingovom a komunikačnom inštrumentáriu organizácií kultúrneho dedičstva, študent dokáže uplatňovať základné zručností pri tvorbe edukačných programov pre návštevníkov. Tvorí rozvojové projekty, hodnotí ich dopad na komunitu a turizmus. *Profesijné kompetencie*: Študent vie analyzovať a navrhnúť optimalizáciu systému riadenia organizácií kultúrneho dedičstva, študent dokáže analyzovať a hodnotiť návštevnícku prevádzku múzeí, galérií,	

archeoparkov a skanzenov, študent dokáže v praxi identifikovať cieľové trhy a vypracovať profily vybraných návštevníckych segmentov, študent vie vytvárať projekty socioekonomického využitia kultúrnych pamiatok, študent je schopný navrhnúť produktovú, cenovú, distribučnú, komunikačnú a edukačnú stratégiu pre jednotlivé organizácie kultúrneho dedičstva, študent je schopný aplikovať získané vedomosti v rámci ďalších odborných predmetov v rámci štúdia – napr. riadenie vzťahov s klientami v turizme, študent je pripravený získané vedomosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia v riadení organizácií kultúrneho dedičstva.

Prenositeľné kompetencie: Študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti a prezentačné kompetencie v interakcii s návštevníkmi, dokáže využiť analytické a kreatívne myslenie pri príprave edukačných, animátorských programov a účinných prostriedkov komunikácie s cieľovým trhom, dokáže riadiť komplexné marketingové zadania a vyvodzovať z nich závery, je schopný organizovať pracovné procesy a koordinovať návštevnícku prevádzku múzeí, galérií, archeoparkov a skanzenov, dokáže pracovať v tíme a niesť zodpovednosť za plnenie čiastkových aktivít, je schopný riadiť pracovné tímy pri prezentácii kultúrneho dedičstva. Koordinuje interdisciplinárne tímy, citlivo komunikuje kultúrne hodnoty, spája tradície a inovácie.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do štúdia kultúrneho dedičstva. Typológia kultúrneho dedičstva. Hmotné kultúrne dedičstvo. Nehmotné kultúrne dedičstvo. Kultúrne dedičstvo a identita.
2. Kultúrne dedičstvo a jeho vzťah k turizmu. Príležitosti a riziká masového turizmu. Udržateľnosť turizmu a kultúrne dedičstvo. Digitalizácia pamiatok kultúrneho dedičstva.
3. Manažérske dimenzie kultúrneho dedičstva. Riadiace modely kultúrneho dedičstva. Štátny model, neziskový model, verejno-súkromné partnerstvo, komunitne riadený model, hybridný model.
4. Nástroje riadenia organizácií kultúrneho dedičstva. Definovanie vízie a cieľov pre inštitúciu alebo lokalitu dedičstva. Tímová spolupráca, plánovanie zdrojov, harmonogramov a výstupov. Rozpočtovanie, financovanie a ekonomická udržateľnosť
5. Špecifiká personálneho manažmentu a riadenia ľudí. Organizačná kultúra a tímová spolupráca. Motivácia zamestnancov v kultúre a nástroje motivácie. Celoživotné vzdelávanie v oblasti kultúrneho dedičstva.
6. Analýza systému manažmentu organizácie kultúrneho dedičstva. Audit manažmentu a kontrolné mechanizmy. Evaluácia prevádzky a programovej činnosti. Komunikácia výsledkov evaluácie verejnosti a zriaďovateľovi.
7. Štruktúra financovania kultúrneho dedičstva (verejné zdroje, súkromné zdroje, vlastné príjmy, medzinárodné fondy). Fundraising, fundraisingový plán, fundraisingové kampane, meranie efektivity fundraisingu.
8. Segmentácia návštevníkov v prostredí kultúrneho dedičstva (základné typy segmentácie, cielená komunikácia a programovanie podľa segmentov). Marketingový výskum (kvalitatíny, kvantitatívny) a odraz sociodemografických faktorov v návštevnosti. Bariéry v návštevnosti. Inkluzívny prístup ku kultúrnemu dedičstvu.
9. Úloha marketingu v prezentácii kultúrneho dedičstva. Špecifiká marketingu kultúrneho dedičstva. Udržateľný marketing a kultúrne dedičstvo. Marketingový mix kultúrneho dedičstva.
10. Offlinové komunikačné nástroje v prezentácii kultúrneho dedičstva. PR programy a práca s verejnosťou (prednášky, workshopy, komentované prehliadky, eventy). Budovanie značky (brandingu) a offlinové komunikačné nástroje.
11. Onlinové komunikačné nástroje v prezentácii kultúrneho dedičstva. Špecifiká online komunikácie s rôznymi cieľovými skupinami. Budovanie značky a onlinové komunikačné nástroje. Meranie úspešnosti a analýza dát.
12. Didaktický náčrt edukácie návštevníkov. Základné edukačné formy -projektové a problémové učenie, lektorské programy, ich zásady, ciele a náplne. Tvorba didaktických materiálov a pomôcok. Evaluácia úspešnosti edukácie.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie. Revitalizácia historických objektov na účely ubytovania. Kultúrne dedičstvo v hotelovom dizajne a značke. Festival kultúrneho dedičstva ako nástroj regionálneho rozvoja.

Odporúčaná literatúra:

1. BAČUVČÍK, R. 2016. *Spotřebitelské chování: nákupní chování na trzích zboží a služeb* 2015. Zlín: VeRBuM, 2016. 310 s. ISBN 978-80-87500-81-1.
2. BARRON, P. et al. 2017. Visitor engagement at museums: Generation Y and 'Lates' events at the National Museum of Scotland. In: *Journal of Museum Management and Curatorship*, Vol. 32, No. 5, s. 473–490. ISSN: 0964-7775.
3. BERANOVÁ, V. 2011. *Význam kulturního dědictví pro cestovní ruch*. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu a teritoriálních studií v Praze, 124 s. ISBN 978-80-254-9537-7.
4. DOSTÁL, P., ČERNÁ, J. a kol. 2014. *Marketingové řízení památkových objektů*. Praha: Ekopress, 2014. 195 s. ISBN 978-80-87865-14-9.
5. JOHNOVÁ, R. 2008. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Praha: Grada Publishing, 2008. 288 s. ISBN 978-80-2472-724-0.
6. KESSNER, L. a kol. 2005. *Marketing a management muzeí a památek*. Praha: Grada Publishing, 2005. 304 s. ISBN 978-80-247-6364-4.
7. KMECO, Ľ. 2006. *Využitie kultúrneho dedičstva v cestovnom ruchu*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, 2006. 103 s. ISBN 978-80-8083-245-5.
8. KOTLER, N. G., KOTLER, P., KOTLER, W. I. 2008. *Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*. San Francisco: Jossey-Bass, 2008. 544 p. ISBN 978-0-787-99691-8.
9. KUPEC, V. a kol. 2020. Audit of museum marketing communication in the modern management context. In: *International Journal of Financial Studies : international, peer-reviewed, scholarly open access journal*. Roč. 8, č. 3., s. 1-13. ISSN 2227-7072.
10. LUKÁČ, M. 2013. *Vplyv marketingu na návštevnosť hradných múzeí*. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2013. 153 s. ISBN 978-80-8105-532-4.
11. 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.
12. LUKÁČ, M. - MIHÁLIK, J. 2018. Data Envelopment Analysis - a Key to the Museums' 'Secret Chamber' of Marketing? In: *Communication Today*, vol. 9, no. 2., pp. 106-117. ISSN 1338-130X.
13. LUKÁČ, M. a kol. 2021. The interaction between the marketing communications audit and visitors in museum facilities. In: *Communication Today*, vol. 12, no. 1, 2021, s. 80-194. ISSN 1338-130X.
14. OCHRANA, F. a kol. 2018. *Management a hospodaření muzeí*. Praha: Karolinum, 244 s. 2018. ISBN 978-80-246-3638-2.
15. VASSILIADIS, CH. A., BELENIOTI, Z. CH. 2017. Museums & Cultural Heritage via Social Media: An Integrated Literature Review. In: *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, vol. 12, no. 3, s. 97–132. ISSN 1790-8418.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
150 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 39
samoštúdium: 52
iné: spracovanie zadaní: 59

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D., PhDr. Ján Ganobčík, PhD., MSc.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/15	Názov predmetu Manažment programov a projektov EÚ
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): V Rozsah: za obdobie štúdia 26s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 60 % semestrálny projekt a 40 % obhajoba semestrálneho projektu, vrátane diskusie na overenie vedomostí z predmetu. 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*: Absolvovaním predmetu študent získa pokročilé teoretické vedomosti o fungovaní a riadení programov a projektov EÚ. Ovláda princípy rozhodovania a riadenia orgánov Eur´ópskej únie ako aj členských štátov, pozná ich právomoci a kompetencie. Rozumie problematike významu strategických dokumentov európskych štrukturálnych a investičných fondov pre Slovenskú republiku. Získa poznatky o rozpočte EÚ, jeho základných princípoch, ako aj stratégii financovania operačných programov EÚ. Porozumie celkového schvaľovaciemu procesu na operačnerj úrovni vrátane implementácia programov EÚ. Osvojí si teoretické základy procesu verejného obstarávania, procesu monitorovania a hodnotenia projektov EÚ, vrátane aplikovania európskych projektov na národnej, regionálnej a miestnej úrovni. *Zručnosti*: Absolvovaním predmetu študent nadobudne zručnosti potrebné na analýzu a riadenie projektov Európskej únie v praktickom kontexte. Dokáže identifikovať kľúčové problémy súvisiace s implementáciou programov EÚ, vie analyzovať základné princípy rozpočtu EÚ (príjmy a výdavky rozpočtu EÚ), a hodnotiť ich ekonomické a sociálne dôsledky. Ovláda praktické nástroje implementácie, hodnotenia a monitorovania európskych projektov na všetkých úrovniach, vie prakticky aplikovať zásady rovnosti a efektívnosti pri rozhodovaní. Zvládne realizovať verejné obstarávanie a dokáže implementovať programy EÚ v podmienkach Slovenskej republiky. *Profesijné kompetencie*: Študent interpretuje získané teoretické vedomosti pre účely skúmania problematiky a riešenia praktických problémov fungovania programov a projektov EÚ. Rozumie procesom zostavovania a hodnotenia projektov a strategických dokumentov EÚ a politikám tvorby a ich realizácie. Je motivovaný k vytvoreniu vlastného úsudku prezentovaného v semestrálnom projekte. V oblastiach manažmentu projektov aplikuje získané poznatky v rozpočtovaní a riadení projektov, ako aj realizácií verejného obstarávania.	

Prenositeľné kompetencie: Absolvent predmetu je pripravený profesionálne pôsobiť v oblastiach riadenia a implementácie európskycj projektov na rozdielnych úrovniach verejnej správy, vrátane neziskových organizácií a aj poradenských a analytických inštitúcií. Disponuje kompetenciou implementovať a vyhodnocovať projekty EÚ, analyzovať ich rozpočtovanie ako aj realizovať verejné obstarávanie. Dokáže kvalifikovane analyzovať rozpočtové procesy, aplikovať zásady výkonového a programového rozpočtovania, využívať nástroje riadenia programov a projektov EÚ, a prispievať k zvyšovaniu transparentnosti a zodpovednosti vo verejnom sektore.

Stručná osnova predmetu:

1. Vymedzenie základnej terminológie súvisiacej s riadením programov a projektov EÚ (program, projekt, výzva, programové obdobie, štrukturálne a investičné fondy EÚ, stratégia, akčný plán).
2. Inštitucionálny rámec riadenia programov EÚ. Inštitúcie a orgány Európskej únie. Kompetencie a právomoci EÚ a členských štátov.
3. Strategické dokumenty európskych štrukturálnych a investičných fondov. Operačné programy implementované na Slovensku. Subjekty zapojené do riadenia a kontroly európskych fondov na Slovensku.
4. Rozpočet EÚ, história európskej integrácie a rozpočtu. Základné princípy rozpočtu EÚ. Príjmy a výdavky rozpočtu EÚ. Stratégia financovania operačných programov EÚ a finančné riadenie programov EÚ. Budúcnosť viacročného finančného rámca.
5. Zásady a štruktúra prípravy programových dokumentov. Obsah a schvaľovanie operačnej úrovne programov. Revízia operačných programov.
6. Implementácia programov EÚ. Schvaľovacie procesy na operačnej úrovni programov, vyzvania.
7. Projektový manažment vo verejnom sektore. Riadenie projektov EÚ na národnej úrovni.
8. Implementácia projektov EÚ na regionálnej a miestnej úrovni: zásady pri postupe predkladania a výbere projektov, projektový cyklus podľa metodiky EÚ, riadenie projektového cyklu, grantový formulár, rozpočet.
9. Verejné obstarávanie. Legislatívne ukotvenie. Podmienky verejného obstarávania, proces verejného obstarávania, Inštitucionálne zabezpečenie verejného obstarávania.
10. Monitorovanie a hodnotenie projektov EÚ. Základné východiská pre monitorovanie. Merateľné ukazovatele. Podmienky a prístupy hodnotenia projektov. Implementácia monitorovania.
11. Manažment programov EÚ pre aktuálne programové obdobie 2021-2027. Programovanie a alokácia zdrojov.
12. Manažment programov EÚ v ďalšom období. Možné výzvy a príležitosti pre SR. Riziká a hrozby pri implementovaní programových dokumentov v podmienkach Slovenska.
13. Riadenie a implementácia projektov v praxi. Prezentácia a diskusia s odborníkmi, praktické príklady.

Odporúčaná literatúra:

1. DOWNES, R., MORETTI, D., NICOL, S. 2015. *Budgeting and performance in the European Union. Introduction to the report from the Commission to the European Parliament and the Council on the evaluation of the Union's finance based on the results achieved*, COM (2015) 313 *final*, Brussels, 2015.
2. EUROPEAN COMMISSION. 2021. Cohesion policy action against coronavirus. Dostupné na intermete: <https://ec.europa.eu/regional_policy/sk/newsroom/ coronavirus-response/>.
3. EURÓPSKA ÚNIA. 2021. Finančné prostriedk9y EÚ. Dostupné na internete: <https://europa.eu/european-union/about-eu/funding-grants_sk>.
4. HRONEC, Š. a kol. 2017. *Programové rozpočtovanie ako súčasť New Public Managementu a jeho uplatňovanie v orgánoch miestnej samosprávy*
5. KULIFAJ, P. 2017. *Aby národné projekty mali svoju kvalitu*. Dostupné na internete: <https://peterkulifaj.sk/aby-n+arodne-projekty-mali-svoju-kvalitu/>.

6. PISÁR, P. 2021. *Projektový manažment vo verejnom sektore: Manažment programov EÚ* - 1. vyd. - Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2021. - 156 s. ISBN 978-80-557-1885-9.
7. PISÁR, P., ĎURČEKOVÁ, I., KŘAPEK, M. 2021. Effectiveness of Public Support for Business Innovation from EU Funds: Case Study in Slovakia. In *The NISPACee Journal*, *roč.* 14, č. 1, 2021, s. 261-283. ISSN 1337- 9038.
8. PISÁR, P., ĽAPINOVÁ, E. 2019. *Financie Európskej únie*. Banská Bystrica: Belianum 336 s. ISBN 978-80-557-1607-7
9. *Praktický a konkrétny manuál pre tvorbu programových štruktúr na úrovni miestnej a regionálnej územnej samosprávy (Manuál).* 2017. Bratislava : Ministerstvo financií, 42 s. Dostupné na internete: <https://www.finance.gov.sk/sk/financie/verejne-financie/regulacny-komplex-pravnych-noriem-metodickych-postupov-z-oblasti-rozpoctoveho-procesu/programove-rozpoctovanie-uzemnej-samospravy/>.
10. SAPALA, M. 2018. *Performance budgeting. A means to improve EU spending*. European Parliamentary Research Service (EPRS), European Parliament, 2018. 36 s. ISBN 978-92-846-1734-0.
11. ŠIPIKAL, M., PISÁR, P. 2017. *Regionálna a sektorová dimenzia podpory inovácií zo zdrojov Európskej únie. Bratislava* : *Ekonóm*, 2017. 126 s. ISBN 978-80-225-4460-3.
12. Webová stránka Ministerstva financií SR, Európske záležitosti, Rozpočet EÚ. Dostupné na internete: <http://www.mfsr.sk/Default.aspx?CatID=9898>.
13. Webová stránka Ministerstva investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR. Dostupné na internete: <https://mirri.gov.sk/projekty/projekty-esif/>.
14. *Zákon č. 323/2015 Z. z. o finančných nástrojoch financovaných z EIŠF.*
15. *Zákon č. 292/2014 Z. z. o príspevku poskytovanom z EIŠF.*
16. *Zákon č. 292/2014 Z. z. o príspevku poskytovanom z európskych štrukturálnych a investičných fondov 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: príprava projektu: 21

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Kristína Melušová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/16	Názov predmetu: Manažment vzťahov so zákazníkom
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): P Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 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*: Študent sa oboznámi s CRM ako strategickým nástrojom podnikania a rozumie jeho významu v rôznych prostrediach, najmä v službách, turizme a hotelierstve. Ovláda základy segmentácie, pozná typy zákazníkov, ich potreby, správanie a špecifiká vybraných cieľových skupín. Získa vedomosti o hodnotení zákazníckej hodnoty (napr. CLV), životnom cykle zákazníka, budovaní lojality a spokojnosti. Porozumie práci so zákazníckymi dátami, ich ochranou podľa GDPR, a orientuje sa v CRM systémoch a moderných technológiách. Ovláda základné metódy merania výkonnosti CRM, zberu spätnej väzby a tvorby reportov. Získa prehľad o aktuálnych trendoch vrátane AI, personalizácie, digitálnych nástrojov a CRM v sociálnych médiách.. *Zručnosti*: Študent dokáže identifikovať typ zákazníka, analyzovať jeho potreby a cielene prispôsobiť ponuku služieb. Ovláda realizáciu prieskumov spokojnosti a preferencií, vrátane vyhodnocovania spätnej väzby pre zlepšenie zákazníckej skúsenosti. Ovláda vybavovanie reklamácií v modelových situáciách a profesionálnu komunikáciu so zákazníkom v súlade s princípmi CRM. Vie prispôsobiť ponuku služieb podľa špecifických potrieb rôznych segmentov zákzaníkov turizme. Dokáže navrhnúť vhodný turistický produkt pre konkrétny cieľový segment a vyhodnotiť výhody i riziká jednotlivých foriem úhrady za služby. Zručný je aj v používaní mobilných aplikácií na podporu cestovania, získavanie spätnej väzby a hodnotenie kvality služieb. *Profesijné kompetencie*: Študent absolvovaním predmetu získa schopnosť strategicky riadiť vzťahy so zákazníkmi v rôznych podnikateľských prostrediach (B2C, B2B, C2C) s využitím moderných CRM nástrojov a technológií. Ovláda segmentáciu a profilovanie zákazníkov, analyzovanie ich potrieb a správania na základe dát a spätných väzieb. Dokáže implementovať a vyhodnocovať CRM systémy, merať ich efektivitu pomocou KPI a zabezpečiť súlad s GDPR a etickými štandardmi. Zvládne navrhovať a realizovať personalizované marketingové kampane, využívať omnikanálovú komunikáciu a inovovať zákaznícke stratégie s ohľadom na aktuálne trendy a technológie vrátane AI.	

Prenositeľné kompetencie: Študent predmetu získa schopnosť analyticky a kriticky pristupovať k riešeniu problémov so zákazníckou spokojnosťou a lojalitou, čo je použiteľné v rôznych sektoroch a situáciách. Naučí sa efektívne komunikovať, prezentovať a obhajovať návrhy riešení v tíme, aj voči externým partnerom. Zlepší si schopnosti práce s dátami, vrátane ich zberu, spracovania a interpretácie, a rozvinie digitálnu gramotnosť potrebnú pre prácu s modernými CRM nástrojmi. Zvládne flexibilne reagovať na meniace sa požiadavky trhu a zákazníkov, adaptovať sa na nové technológie a neustále sa vzdelávať v oblasti relationship manažmentu.

Stručná osnova predmetu:

1. Riadenie vzťahov so zákazníkmi (CRM) ako strategický nástroj podnikania. CRM ako súčasť marketingovej stratégie. Strategický význam vzťahov so zákazníkmi. CRM v B2C a B2B prostredí.
2. Typológia zákazníkov a ich očakávania. Segmentácia a profilovanie zákazníkov v rámci CRM. Zákaznícke potreby a správanie. Typy vzťahov so zákazníkom v prostredí: B2C, B2B, C2C.
3. Zákaznícka hodnota a životný cyklus zákazníka. Customer Lifetime Value (CLV). Hodnotenie ziskovosti zákazníkov. Nábory, udržanie a rozvoj zákazníkov.
4. Budovanie lojality a spokojnosti zákazníkov. Lojalita a spokojnosť zákazníka. Programy vernosti a ich efektivita. Emočná väzba a zážitkový marketing.
5. Zber a správa zákazníckych dát. Typy zákazníckych dát. GDPR a etika práce s dátami. CRM databázy a systémy.
6. CRM technológie a softvérové riešenia. Prehľad CRM nástrojov (napr. Salesforce, HubSpot, Zoho CRM). Automatizácia marketingu a predaja. Výber a implementácia CRM systému.
7. CRM v službách, turizme a hotelierstve. Personalizácia služieb v turizme a zákaznícka skúsenosť. CRM ako konkurenčná výhoda v hotelierstve. Trendy a inovácie v CRM pre prostredie turizmu a hotelierstva.
8. Omnikanálová komunikácia a zákaznícka cesta. Zákaznícka cesta (Customer Journey Mapping). Multikanálová a omnikanálová stratégia. Integrácia online a offline kontaktov.
9. Meranie spokojnosti a CRM výkonnosti. Key Performance Indicators v CRM. Zber spätnej väzby. Reporting a vyhodnocovanie efektivity. Základné princípy CRM reportingu. Meranie návratnosti CRM nástrojov.
10. Vzťahový marketing a storytelling. Emocionálne väzby so značkou. Storytelling a budovanie komunity.
11. CRM v digitálnom prostredí a sociálnych médiách. Sociálne siete ako CRM nástroj. Influenceri a zákaznícka dôvera. Online reputácia a recenzie.
12. Trendy a budúcnosť CRM. AI a prediktívna analytika v CRM. Personalizácia v reálnom čase - dynamický obsah, behaviorálny targeting. Integrácia so sociálnymi sieťami a sentiment analysis.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie. Budovanie lojality cez personalizáciu. Automatizácia a prediktívny CRM. CRM v luxusnom hotelierstve. Zákaznícky servis a reklamácie ako príležitosť.

Odporúčaná literatúra:

1. BAKA, Ľ., ŠVECOVÁ, M. 2019. Riadenie vzťahov so zákazníkmi a jeho význam pre konkurenčnú výhodu. In:. *Ekonomický časopis*, ro. 67., č. 4, s. 347–362. ISSN 0013-3035.
2. CHOUDHURY, M. M. - HARRIGAN, P. 2014. CRM to social CRM: The integration of new technologies into customer relationship management. In: *Journal of Strategic Marketing*, vol. 22, no. 2. pp. 149–176. ISSN 0965-254X.
3. KOVÁČOVÁ, M. 2021. Meranie spokojnosti zákazníkov ako nástroj riadenia kvality služieb. In: *Journal of Competitiveness*, roč. 13, č. 2. s. 89–103. ISSN 1804-171X.
4. KRAJČOVIČOVÁ, J. 2018. Segmentácia a profilovanie zákazníkov v marketingovej stratégii podnikov. In: *Marketing a obchod*, roč. 8., č. 1., s. 15–28. ISSN 1338-7490.
5. KUMAR, V., REINARTZ, W. 2016. Creating enduring customer value. In: *Journal of Marketing*, vol. 80., no. 6., pp. 36–68. ISSN 0022-2429.
6. MRVA, M., ŠČEPÁNOVÁ, A. 2020. Využitie CRM systémov v hotelierstve a cestovnom ruchu. In: *Acta Turistica*, roč. 31., č. 1, s. 65–79. ISSN 1336-8524.
7. NGUYEN, B., SIMKIN, L., CANHOTO, A. 2020. The dark side of digital personalization: An agenda for research and practice. In: *Journal of Business Research*, roč. 122, pp. 889–901. ISSN 0148-2963.
8. NOVÁK, P., IVANOVÁ, Z. 2017. Vzťahový marketing a budovanie lojality zákazníkov. In: *Ekonomická revue*, roč. 11, č. 3., s. 211–227. ISSN 1336-8153.

9. PAYNE, A., FROW, P. 2005. A strategic framework for customer relationship management. In: *Journal of Marketing*, vol. 69., no.4., pp. 167–176. ISSN 0022-2429.
10. VERHOEF, P. C., KANNAN, P. K., INMAN, J. J. 2017. From multi-channel retailing to omni-channel retailing. In: *Journal of Retailing*, vol. 93, no. 2, pp. 174–181. ISSN 0022-4359.

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: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.; PhDr. Martin Halmo, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/17	Názov predmetu: Marketingový manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): P Rozsah: za obdobie štúdia 52s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pristúpenia ku skúške je plnenie študijných povinnosti v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 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 predmetu ovláda základný pojmový aparát z problematiky viacerých aplikačných oblastí marketingového manažmentu, nadobudne prehľad o najnovších trendoch a výkonnosti marketingového manažmentu v organizácii, objasní sa mu význam konkurenčných analýz pri riadení marketingových aktivít podniku, študent je informovaný o úlohách inovácií v produktovej stratégii podniku, vysvetlia sa mu zásady moderných metód tvorby cien a cenových programov využívané v súčasnosti, ovláda podstatu cieľov a komponentov logistiky služieb, študent je informovaný o základnom rámci využívania Modelu hodnotového spektra, ovláda podstatu efektívneho predaja v modernej spoločnosti a v činnosti podniku, porozumie významu auditu v marketingovej výkonnosti, študent nadobudne poznatky o spoločensky zodpovednom marketingu a zelenom marketingovom manažmente. *Zručnosti*: Študent dokáže zhodnotiť faktory ovplyvňujúce zmeny v marketingovom manažmente súčasnosti, študent je schopný definovať profil konkurenta na trhu a zároveň identifikovať uplatňované stratégie konkurencie, študent vie samostatne zostaviť individuálny rozvojový plán pre kľúčového zákazníka podniku, študent je schopný realizovať analýzy základných prístupov k tvorbe produktových balíčkov a ich cien s aplikáciou, vie pracovať so základnými teoretickými východiskami logistiky služieb, je schopný aplikovať zručnosti jednotlivých foriem predaja produktov, dokáže identifikovať hlavné oblastí marketingovej kontroly a auditu. *Profesijné kompetencie*: Študent vie vyhodnotiť trhové zmeny s ohľadom na postavenie zákazníka v podniku, študent dokáže v praxi identifikovať trhové príležitostí, napr. pri vstupe podniku na trh, študent je spôsobilý pre uplatnenie konkurenčných stratégií v činnosti podniku, študent má rozhľad v základných rozhodnutiach a stratégiách, ktoré musí podnik prijať a pripraviť v záujme vybudovania svojej silnej značky, študent získa schopnosti orientácie v širokej škále teoretických prístupov, integruje ich do riešenia praktických zadaní, študent je	

schopný aplikovať získané vedomosti v rámci ďalších odborných predmetov v rámci štúdia – napr. riadenie vzťahov so zákazníkom, študent je pripravený získané vedomosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia v marketingovom riadení podniku.
Prenositeľné kompetencie: študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti a prezentačné kompetencie v interakcii so zákazníkom, dokáže využiť analytické, kritické a kreatívne myslenie pri príprave efektívnych a účinných prostriedkov komunikácie s cieľovým trhom, dokáže pracovať v tíme a niesť zodpovednosť za plnenie čiastkových aktivít, je schopný koordinovať a riešiť úspešnú implementáciu marketingového plánu v praxi, dokáže uplatniť rôzne mäkké zručnosti a argumentačné schopností pri riešení praktických zadaní a tvorbe inovatívnych riešení v praxi marketingového manažmentu. Študent prezentuje vlastné návrhy, vedie tím a reaguje na zmeny na trhu.

Stručná osnova predmetu:

1. Nová marketingová realita a nová orientácia marketingového manažmentu. Globalizácia, digitalizácia, zmena paradigmy v marketingovom manažmente. Nové metriky marketingového výkonnostného manažmentu.
2. Úlohy a funkcie marketingového manažmentu. Marketingový manažment v procese rozhodovania. Marketingové plánovanie a strategické smerovanie. Nastavenie marketingových cieľov a KPI.
3. Prognózovanie marketingových aktivít v podniku. Zdroje údajov pre prognózovanie. Kvantitatívne a kvalitatívne metódy prognózovania. Prognózovanie marketingového rozpočtu, nákladov, návratnosti. Prognózovanie správania zákazníkov. Prognózovanie v digitálnom prostredí.
4. Odraz konkurenčných analýz v marketingovom manažmente (VRIO, konkurenčné mapy). Konkurenčné stratégie podľa Portera. Dynamika konkurenčného boja. Reakčné stratégie podnikov. Zvládanie konkurenčných kríz.
5. Produktová stratégia podniku. Analýza produktového portfólia. Predikcia, revitalizácia a inovácia produktov. Tvorba a testovanie nového produktu na trhu. Diferenciácia a poziciovanie produktov na trhu. Produktová stratégia pre rozličné trhy. Produktové stratégie v digitálnom prostredí.
6. Cenová stratégia podniku a jej ciele. Cenové stratégie podľa Porterovej generickej stratégie. Zavádzanie cenovej stratégie. Cenové stratégie pre služby, digitálne produkty. Metódy tvorby cien a tvorba cenového mixu.
7. Distribučná stratégia podniku. Výber a dizajn distribučného kanála. Riadenie vzťahov v distribučnom kanáli. E-commerce, Omnichannel stratégia, adaptácia distribučných kanálov na zahraničný trh. Súčasné trendy v distribúcii (zelená logistika, big data).
8. Model hodnotového spektra (základná štruktúra, účel, aplikácia). Funkčná hodnota, ekonomická hodnota, emocionálna a symbolická hodnota, sociálna hodnota. Tvorba hodnoty, zachytávanie hodnoty a komunikácia hodnoty.
9. Efektívne riadenie predaja v marketingovom úsilí podniku. Predajné kanály, predajný proces, plánovanie predaja, organizačné formy riadenia predaja, výber a školenie predajcov, digitalizácia v riadení predaja, meranie výkonu predaja. Riešenie problémov a sťažností v predaji.
10. Špecifiká marketingového manažmentu v organizáciách verejného a neziskového sektora. Základné odlišnosti od súkromného sektora. Cieľové skupiny a stakeholderi. Marketingový mix prispôsobený sektoru. Budovanie dôvery a imidžu. Špecifické techniky v marketingovom manažmente organizácií. Mediálne a digitálne stratégie. Etika a zodpovednosť.
11. Marketingový audit, typy auditov a kľúčové oblasti marketingového auditu. Metodika a fázy marketingového auditu. Interný a externý audit marketingových aktivít. Hodnotenie účinnosti marketingových aktivít a metódy hodnotenia.
12. Spoločensky zodpovedný marketing a zelený marketingový manažment. ESG ako nový rámec podnikania. ESG stratégie v destináciách a budúcnosť ESG v turizme. Vzťahy so stateholdermi a ich úloha v zodpovednom marketingu. Zákazník a udržateľná spotreba, udržateľné balenie. Certifikácie, enviromentálne značky a regulačné rámce.

13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie. Implementácia ESG stratégií v turistickej destinácií. Digitálna transformácia marketingového manažmentu v konkrétnej spoločnosti. Revitalizácia produktu na konkurenčnom trhu pomocou produktovej stratégie a poziciovania, Marketingový audit a hodnotenie účinnosti marketingových aktivít v neziskovej organizácii.

Odporúčaná literatúra:

1. BAČÍK, R., GBUROVÁ, J., MIKULA, B. 2018. Price and discounts as dominant factors of a marketing mix acting on the purchasing decision of a Slovak consumer. In: *Journal of Applied Economic Sciences*. Roč. 13, č. 3, pp. 655-662. ISSN 2393-5162.
2. BARTÁKOVÁ, G., CIBÁKOVÁ, V. 2003. *Marketing manažment I. – vybrané trendy rozvoja.* Bratislava: Trendy, 2003. 106 s. ISBN 978-80-969063-0-5.
3. BARTÁKOVÁ, G. a kol. 2007. *Marketing manažment II. – ako v súčasnom trhovom prostredí postupovať*. Bratislava: 228 s.r.o. 324 s. ISBN 978-80-969856-1-6.
4. CEJTHAMR, V., DĚDINA, J. 2010. *Management a organizační chování*. Praha: Grada Publishing. 2010. 352 s. ISBN 978-80-2473-348-7.
5. GBUROVÁ, J. 2011. *Marketingové cenové stratégie pobočiek maloobchodných reťazcov v regióne severovýchodného Slovenska.* Prešov: Bookman, s.r.o., 2011. 153 s. ISBN 978-80-89568-05-5.
6. Information Resources Management Association. 2020. *Destination management and marketing: breakthroughs in research and practice*. Hershey, PA: Business Science Reference, 2020. 525 s. ISBN 978-1-799-82469-5.
7. KOTLER, P., KELLER, K. L. 2013. *Marketing Management*. Praha: Grada Publishing, 2013. 816 s. ISBN 978-80-2474-150-5.
8. KOZAK, N., KOZAK, M. 2019. *Tourist Destination Management: Instruments, Products, and Case Studies (Tourism, Hospitality & Event Management*. Switzerland: Springer, 2019. 336 s. ISBN 978-3-030-16980-0.
9. KUPEC, V. - LUKÁČ, M. - ŠTARCHOŇ, P. - PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ, G. 2020. Audit of museum marketing communication in the modern management context. In: *International Journal of Finance Studies*. Roč. 8, č. 3, pp. 1-13. ISSN 2227-7072.
10. LUKÁČ, M., MIHÁLIK, J. 2018. Data Envelopment Analysis – A Key to the Museum´ s Secret Chamber of Marketing?. In: *Communication Today*, vol. 9, no. 2, (2018). pp. 106-117. ISSN 1138-130X.
11. MIKLENČIČOVÁ, R. 2012. *Meranie ukazovateľov výkonnosti CRM*. Trnava: FMK UCM, 2012. 141 s. ISBN 978-80-8105-412-9.
12. MORRISON, B. A. 2019. *Marketing and Managing Tourism Destinations*. New York: Routledge, 2019. 716 s. ISBN 978-1-138-89729-8.
13. PENDER, L. 1998. *Marketing Management for Travel and Tourism*. Oxford: Nelson Thornes 1998. 256 s. ISBN 978-0-748-72783-4.
14. RICHTEROVÁ, K. 2009. *Prieskumy pre marketingový manažment*. Bratislava: SOFA, 2009. 377 s. ISBN 978-80-8903-366-9.
15. ŠTEFKO, R., GBUROVÁ, J., BAČÍK, R., DORČÁK, P. 2012. *Úvod do marketingu služieb*. Prešov: Bookman, s.r.o., 2012. 106 s. ISBN 978-80-89568-35-2.
16. TOMEK, G., VÁVROVÁ, V. 1999. *Marketing management*. Praha: ČVUT, 1999. 406 s. ISBN 978-80–0101-904–7.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
210 hodín, z toho:
kombinovane štúdium (P,S,C): 52
samoštúdium: 86
iné: spracovanie zadaní: 72

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D., PhDr. Jaroslava Gburová, PhD., univ. doc., PhDr. Ján Ganobčík, PhD., MSc.					
Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025					
Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.					

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/18	Názov predmetu: Metodológia diplomovej práce
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): P Rozsah: za obdobie štúdia 26s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 50 % vypracovanie 20 rešerší k téme diplomovej práce, 50 % vypracovanie metodologickej časti diplomovej práce v štruktúre cieľ, metódy zberu a spracovanie, osnova diplomovej práce; odovzdanie 15 strán textu prvej kapitoly. Klasifikačný stupeň je určený na základe stupnice (v %): absolvoval (100– 56), neabsolvoval (55 a menej).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: *Vedomosti*: Študent predmetu získava základný pojmový aparát z vedeckej terminológie a vedeckého jazyka kvalifikačných prác. Vysvetlia sa mu zásady a pravidlá písania diplomových prác a oboznámi sa ako správne nastaviť podobu a štruktúru diplomovej práce s previazaním na zadanie práce. Študent si prehĺbi vedomosti o aktívnej práci s vedeckými zdrojmi v kontexte dodržania pravidiel akademickej etiky a integrity. Je informovaný o základnom rámci kvantitatívneho a kvalitatívneho výskumu a objasnia sa mu metodologické zásady konštrukcie hypotéz a výskumných otázok. Porozumie spôsobom získavania, spracovania a vyhodnocovania dát, vysvetlia sa mu pravidlá, limity vizualizácie a prezentácie dát. *Zručnosti*: Študent je schopný zostaviť štruktúru diplomovej práce a dokáže vhodne nastaviť zvolený metodologický postup, ktorý zodpovedá definovanému problému a téme diplomovej práce. Vie samostatne pracovať s literárnymi prameňmi knižnej, časopiseckej a elektronickej podoby (vyhľadávanie zdrojov, výber zdrojov), dokáže identifikovať základné atribúty realizácie výskumu. Je schopný formulovať a overiť hypotézy, dokáže kombinovať rôzne metódy zberu dát a získané dáta správne vyhodnotiť, interpretovať a prezentovať. *Profesijné kompetencie*: Študent získa schopnosti orientácie v práci s odbornou literatúrou a textami. Dokáže správne nastaviť časový plán, harmonogram a dizajn výskumu. Nadobudne schopnosti pracovať s dátami a aktívne koncipovať relevantné závery. Je spôsobilý aplikovať štúdiom získané vedomosti v rámci ďalších odborných predmetov (napr. pri akademickom písaní odborných, seminárnych prác a diplomovej práce). Po absolvovaní štúdia je pripravený získané vedomosti uplatniť spracovaním odborných analýz využitím prvkov umelej inteligencie. *Prenositeľné kompetencie*: študent si osvojí komunikačné zručnosti a prezentačné kompetencie pri prezentácii svojich výsledkov výskumu. Vie kriticky hodnotiť ekonomicko-spoločenské javy bez akéhokoľvek hodnotového zaťaženia. Je schopný analyzovať vhodné postupy pri riešení aktuálnej	

problematiky a aplikovať nástroje plánovania výskumu vhodným využitím relevantných výskumných metód a prvkov umelej inteligencie.

Stručná osnova predmetu:

1. Vedecká komunikácia, vedecká terminológia, vedecký jazyk diplomových prác.
2. Akademické kritériá diplomových prác a štruktúra diplomovej práce.
3. Práca s vedeckými zdrojmi (vyhľadávanie zdrojov, výber zdrojov, literárne pramene v knižnej, časopiseckej a elektronickej podobe, výročné správy, realizované výskumy).
4. Citovanie, parafrázovanie, sumarizácia a správa informácií.
5. Tvorba bibliografických záznamov, etika, integrita diplomovej práce a akademického textu.
6. Gramatická a formálna stránka diplomovej práce (tabuľky, obrázky, schémy, grafy, grafické prvky).
7. Štruktúra a spracovanie diplomovej práce. Časový harmonogram spracovania a organizácia prípravy písania. Štúdium -rešerš literatúry a iných prameňov, spracovanie rešerší, účel rešerší, príprava bibliografických odkazov.
8. Výber metód skúmania a ich využitie pri spracovaní diplomovej práce. Zdroje a zber sekundárnych a primárnych dát. Metódy zberu a spracovania informácií.
9. Formulovanie predmetu skúmania. Stanovenie pracovnej hypotézy a vytýčenie cieľa riešenia diplomovej práce. Štruktúra a zostavenie osnovy diplomovej práce.
10. Spracovanie zozbieraného materiálu do konečnej verzie diplomovej práce. Práca s textom. Modely kompozície štruktúry hlavného textu.
11. Príprava na obhajobu diplomovej práce (obsahová, vecná, formálna). Priebeh obhajoby diplomovej práce.
12. Etika riešenia diplomovej práce a politika plagiátorstva. Prvky umelej inteligencie a limity jej využitia v podmienkach UCM.
13. Prezentácia výstupov literárnych rešerší a metodologickej časti diplomovej práce v požadovanej štruktúre.

Odporúčaná literatúra:

1. CSÁMPAI, O. 2013. *Elementárium kvantitatívneho výskumu*. Trnava: Oliva, 2013. 145 s. ISBN 978-80-8933-215-1.
2. ČIŽNÁR, I. 2012. *Základy vedeckovýskumnej práce*. Bratislava, 2012. 143 s. ISBN 978-80-89352-68-5.
3. DOBBERSTEINOVÁ, J., HUDECOVÁ, S., STOŽICKÁ, Z. 2019. *Sprievodca svetom vedeckého publikovania*. Bratislava: Vydavateľstvo otvorenej vedy, Centrum vedeckotechnických informácií SR, 2019. 294 s. ISBN 978-80-89965-17-5.
4. HENDL, J. 2005. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. 408 s. ISBN 80-7367-040-2.
5. JUSZCZYK, S. 2003. *Metodológia empirických výskumov v spoločenských vedách*. Bratislava: IRIS, 2003. 137 s. ISBN 978-80-89018-13-0.
6. KATUŠČÁK, D. 2013. *Ako písať záverečné a kvalifikačné práce*. Nitra: Enigma, 2013. 162 s. ISBN 978-80-8913-245-4.
7. SILVERMAN, D. 2005. *Ako robiť kvalitatívny výskum*. Bratislava: Ikar, 2005. 328 s. ISBN 978-80-551-0904-4.
8. THOMSON, W. 2011. A *Guide for the Young Economist*. London: The MIT Press, 2011. 184 s. ISBN 978-0-262515894.
9. STN ISO 690:2012. Informácie a dokumentácia. Návod na tvorbu bibliografických odkazov na informačné pramene a ich citovanie.
10. Zákon č. 185/2015 Z. z. Autorský zákon v znení neskorších predpisov.
11. Zákon č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácií) v znení neskorších predpisov.
12. Zákon č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.
13. Smernica UCM v Trnave č. 14/2023 o náležitostiach záverečných prác, ich bibliografickej registrácii, uchovávaní a sprístupňovaní na UCM.

14. Smernica UCM 2024. Odporúčania pre využívanie umelej inteligencie na UCM.
15. Vnútorný predpis IM UCM v Trnave č. 04/2022. Citačné pravidlá.
16. Vnútorný predpis IM UCM v Trnave č, 1/2022. Usmernenie k bakalárskym a diplomovým prácam.
17. Odborná literatúra podľa zvolenej témy diplomovej práce.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
180 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 26
samoštúdium: 70
príprava a prezentácia výstupov literárnych rešerší a metodologickej časti diplomovej práce: 84

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. Ing. Janka Beresecká, PhD., MSc., Ing. Jana Černá, PhD., univ. doc.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/19	Názov predmetu: Moderné informačné technológie v marketingu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): P Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 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*: Študent po absolvovaní predmetu získa komplexné vedomosti o moderných informačných technológiách využívaných v digitálnom marketingu. Porozumie vývoju digitalizácie, fungovaniu MarTech ekosystému a princípom strategického digitálneho marketingu vrátane tvorby multikanálových kampaní. Oboznámi sa s využitím webových technológií, CMS systémov, UX/UI dizajnu, sociálnych sietí, influencer marketingu, obsahovej stratégie, SEO, PPC reklamy, e-mail marketingu, webovej analytiky, CRM systémov, umelej inteligencie a právnych aspektov digitálnej praxe. Získa prehľad o súčasných trendoch a budúcnosti digitálneho marketingu. *Zručnosti*: Študent nadobudne praktické zručnosti v tvorbe a optimalizácii digitálnych kampaní naprieč rôznymi kanálmi. Zvládne navrhovať digitálne stratégie, pracovať s webovými nástrojmi, optimalizovať obsah pre vyhľadávače a analyzovať výkonnosť kampaní na základe metrík ako ROI, ROAS, návštevnosť či konverzie. Bude schopný vytvárať personalizovaný a relevantný digitálny obsah, spravovať e-mailové kampane, využiť AI nástroje na automatizáciu, spravovať zákaznícke dáta pomocou CRM systémov a orientovať sa v etických a právnych otázkach online marketingu. *Profesijné kompetencie*: Študent po absolvovaní predmetu bude disponovať profesijnými kompetenciami v oblasti digitálneho marketingu, ktoré mu umožnia efektívne navrhovať, realizovať a vyhodnocovať online kampane. Bude schopný aplikovať moderné technológie v marketingovej praxi, pracovať so sociálnymi médiami, SEO nástrojmi, reklamnými platformami a analytickými systémami. Zvládne personalizáciu, automatizáciu, prácu s používateľskými dátami a CRM. Bude pripravený reagovať na technologické zmeny a participovať na digitálnych projektoch v rôznych sektoroch vrátane e-commerce, služieb a turizmu. *Prenositeľné kompetencie*: Študent si po absolvovaní predmetu osvojí prenositeľné kompetencie využiteľné v marketingu, IT, médiách a službách. Naučí sa analyticky a strategicky pristupovať	

k digitálnym výzvam, pracovať s dátami, nástrojmi a platformami, ktoré sú štandardom v digitálnom prostredí. Získa schopnosť efektívnej komunikácie a prezentácie návrhov v individuálnych aj tímových projektoch. Bude flexibilne reagovať na vývoj v oblasti technológií, pracovať zodpovedne s digitálnymi dátami a klásť dôraz na etiku, transparentnosť a udržateľnosť v digitálnych iniciatívach.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do moderných informačných technológií v marketingu. Digitalizácia marketingu: vývoj, vplyv technológií, MarTech ekosystém.
2. Strategický digitálny marketing. Vytváranie digitálnej marketingovej stratégie. Multikanalový prístup: kombinácia webu, sociálnych sietí, e-mailu a reklamy.
3. Webové technológie ako základ digitálnej komunikácie. Funkcie a ciele webu v marketingu. CMS systémy, UX/UI princípy, optimalizácia pre mobilné zariadenia.
4. Sociálne siete a ich využitie v marketingu. Základné špecifiká vybraných platforiem: Facebook, Instagram, TikTok, Linkedln. Algoritmy, cielenie, engagement. Influencer marketing a značkový obsah.
5. Content marketing a tvorba digitálneho obsahu. Typy digitálneho obsahu: blog, video, infografika, podcast. Tvorba a plánovanie obsahovej stratégie.
6. Optimalizácia pre vyhľadávače (SEO). On-page vs. Off-page SEO. Nástroje pre SEO analýzu a monitoring.
7. Platená online reklama (PPC) a remarketing. Google Ads, Meta Ads, YouTube reklamy. Cielenie a rozpočty. Remarketing a konverzné kampane.
8. E-mail marketing a automatizácia. Personalizácia, segmentácia a automatizované kampane.
9. Webová analytika a meranie výkonnosti kampaní. Kľúčové ukazovatele: návštevnosť, konverzie, ROI a ROAS. Analýza dát a ich využitie na optimalizáciu kampaní.
10. Umelá inteligencia a automatizácia v marketingu. AI nástroje na generovanie obsahu, personalizáciu a chatboty.
11. CRM systémy a správa zákazníckych dát. Riadenie vzťahov so zákazníkmi (CRM). Práca s databázami, scoring, retenčné stratégie.
12. Právne a etické aspekty digitálneho marketingu. GDPR, cookies, ochrana osobných údajov. Etika v AI marketingu. Digitálna bezpečnosť a zodpovednosť značiek.
13. Budúcnosť digitálneho marketingu a nové technológie. Adaptabilita značiek a príprava na zmeny v správaní spotrebiteľov.

Odporúčaná literatúra:

1. AGHAZADEH, H., KHOSHNEVIS, M. 2024. *Digital Marketing Technologies*. Springer, Cham. 230 s. ISBN 978-9819706075.
2. ARMUTCU, B. et al. 2023. Tourist behaviour: The role of digital marketing and social media. In: *Acta psychologica.* Vol. 240. ISSN 1873-6297.
3. Al MUBARAK, M., HAMDAN, M. 2024. *Innovative and Intelligent Digital Technologies*; *Towards an Increased Efficiency. Studies in Systems, Decision and Control*, vol. 564. Springer, Cham. 866 s. ISBN 978-30317039 .
4. BAČÍK, R., GAVUROVÁ, B., GBUROVÁ, J. 2017. Social media, corporate website and its impact on consumer purchasing decision. In: *Journal of applied economic sciences.* Roč. 12, č. 5. pp. 1312-1318. ISSN 2393-5162.
5. DIMITRIOS, B., IOANNIS, R., ANGELOS, N., NIKOLAOS, T. 2023. Digital marketing: The case of digital marketing strategies on luxurious hotels. In: *Procedia Computer Science. v*ol. 2019. pp. 688-696. ISSN 1877-0509.
6. GBUROVÁ, J., MATUŠÍKOVA, D., BENKOVÁ, E. 2015. *Perception of tourist destination brand.* In: Economic annals – XXI. Roč. 5. pp. 20-23. ISSN 1728-6220.
7. JADHAV, G.G. et al. 2023. A systematic literature review: digital marketing and its impact on SMEs. In: *Journal of Indian Business Research*, vol. 1, no. 1. pp. 76-91. ISSN 1755-4195.
8. KOLOTIKOV, V. 2024. *The AI Marketing Revolution: Unleash the Power of Artificial Intelligence in the Digital Marketing Landscape.* FDS Carts ltd. 418 s. ISBN 978-9934919909.

9. POORNIMA, G. 2019. Information Technology in Marketing and Its Role in Business. In: *Journal of Emerging Technologies and Innovative Researc*h, 2019, vol. 6., no. 3, pp. 86-94. ISSN 2349-5162.
10. SMITH P., ZOOK, Z. 2019. *Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital technologies.* Kogan Page. 672 s. ISBN 978-0749498641.
11. ŠTEFKO, R. et al. 2017. *New trends in marketing.* Prešov: Bookman, s.r.o., 2017. 113. s. ISBN 978-80-8165-260-8.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
180 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 39
samoštúdium: 62
iné: spracovanie zadaní a zvládnutie práce vo vybraných informačných systémoch: 79

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D., PhDr. Jaroslava Gburová, PhD., univ. doc., Ing. Martina Hudecová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/20	Názov predmetu: Odborný anglický jazyk
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh: PV Rozsah: za obdobie štúdia 26s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: priebežné mini testy 30 %, prezentácia odborného projektu na vybranú tému 20 %, záverečný test (počúvanie, čítanie, odborná slovná zásoba, gramatika) 50 %. Pre úspešné absolvovanie testu je nutné, aby študent dosiahol minimálny počet bodov, ktorý tvorí 50 % znalosti preberaného obsahu. 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 po absolvovaní predmetu ovláda odbornú slovnú zásobu a terminológiu v oblasti podnikania, manažmentu, organizácií a turizmu v anglickom jazyku. Pozná základné jazykové a komunikačné štruktúry typické pre ekonomickú a obchodnú angličtinu. Rozumie špecifikám interkultúrnej komunikácie a používania angličtiny v medzinárodnom podnikateľskom a turistickom prostredí. Vie identifikovať typické žánre odborných textov (reporty, prezentácie, e-maily, ponuky, ekonomické články). Má prehľad o štylistických a lexikálnych rozdieloch medzi formálnou a neformálnou obchodnou komunikáciou. *Zručnosti*: Študent je schopný ústne komunikovať v rôznych profesijných situáciách: obchodné rokovanie, porady, predstavenie produktu, vedenie prezentácie, komunikácia so zákazníkom. Dokáže písať odborné a obchodné texty v angličtine (napr. e-maily, pozvánky, zápisnice, prezentácie, stručné správy a návrhy) a aj porozumieť písanému aj hovorenému odbornému textu z oblastí podnikania, manažmentu a turizmu (články, analýzy, rozhovory, informačné materiály). Ovláda viesť dialóg v simulovaných situáciách z praxe (napr. reklamácia služby, pracovný pohovor, návrh spolupráce, vyjednávanie) a používať odborný jazyk v oblasti marketingu, turizmu, financií a podnikovej komunikácie s dôrazom na kultúrnu citlivosť. *Profesijné kompetencie*: Študent dokáže aplikovať anglický jazyk pri riešení konkrétnych odborných a profesijných situácií v kontexte ekonomiky, manažmentu a turizmu. Vie pripravovať a prezentovať odborné výstupy (napr. návrh marketingovej kampane, analýzu destinácie, podnikateľský zámer) v anglickom jazyku. Dokáže zúčastňovať sa na rokovaniach, poradenstve, informačných podujatiach a iných formách medzinárodnej spolupráce v angličtine. Vie efektívne komunikovať s klientmi a partnermi z rôznych kultúrnych prostredí v	

oblasti služieb a podnikania a prispôsobiť jazyk a štýl komunikácie typu organizácie (súkromná firma, verejná inštitúcia, neziskový subjekt) a cieľovej skupine.

Prenositeľné 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 improvizačné 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.

Stručný obsah predmetu:

1. Úvod do odbornej angličtiny. Základy odbornej komunikácie, predstavenie študenta a organizácie, očakávania a ciele predmetu.
2. Súkromné podniky a organizácie. Typy súkromných a podnikov a organizácií, verejné, verzus súkromné, neziskové organizácie, štruktúra organizácie.
3. Manažment a organizačné správanie. Funkcie manažmentu, organizačná kultúra, rozhodovanie, vedenie tímu. Špecifiká manažmentu v podniku, verejných a neziskových organizáciách.
4. Základy ekonomiky podniku. Náklady a výnosy, zisk a efektívnosť, podnikateľský plán, cash flow.
5. Marketing a služby. Marketingový mix, propagácia, digitálny marketing, skúsenosti zákazníkov.
6. Riadenie kvality služieb v turizme. Kvalita služieb, hodnotenie spokojnosti klientov, customer care.
7. Turizmus a jeho aktéri. Typy turizmu. Úloha destinácií. Animátorské a sprievodcovské služby. Služby v turizme. Kultúrny turizmus.
8. Ekonomika a politika podnikania v turizme. Prínosy a negatíva turizmu, udržateľnosť, verejná podpora turizmu.
9. Ľudské zdroje a interkultúrna komunikácia. Nábor, komunikácia v multikultúrnom tíme, zručnosti v službách.
10. Finančný manažment podnikov a organizácií. Základy rozpočtovania, výkazy, finančná gramotnosť, fundraising (neziskový sektor).
11. Obchodná a odborná komunikácia. E-maily, správy, pozvánky, zápisy zo stretnutí, profesionálne vystupovanie.
12. Prezentácie a rokovania v angličtine. Tvorba prezentácií, obchodné stretnutia, vyjednávanie, pitching projektov.
13. Záverečné hodnotenie. Opakovanie, príprava na test, diskusia o získaných zručnostiach a poznatkoch.

Odporúčaná literatúra:

1. Dostupné výkladové a prekladové slovníky, noviny, časopisy v anglickom jazyku.
2. GAIRNS, R. - REDMAN, S. 2008. *Oxford Word Skills Advanced*. Oxford University Press. 256 s. ISBN 9780194620116.
3. HELLER, R., HINDLE T. 1999. *Communicate Clearly. DK Essential Managers*. Dorling Kindersley. 72 s. ISBN 0789432447.
4. HEWINS, M., HAINES, S. 2015. *Grammar and Vocabulary for Advanced*, Cambridge University Press. 278 s. ISBN 9781107481114.
5. HINDLE, T. 1998. *Negotiating skills. DK Essential Managers*. Dorling Kindersley. 72 s. ISBN 0789424487.
6. LINEHAN, M. 2011. *Make that Grade Management*, Gill&Macmillan. 176 s. ISBN 9780717149858.

7. MASCULL, B. 2002. *Business Vocabulary in Use*. Cambridge University Press, Cambridge. 172 s. ISBN 0521775299.
8. MCCARTHY, M., O´DELL, F. 2013. *English Vocabulary in Use – Upper-intermediate*. CUP, Cambridge. 304 s. ISBN 9781107637764.
9. SUMMERS, D. 2003. *Longman Dictionary of Contemporary* English. 2003. Pearson Education Limited, London. 1949 s. ISBN 0582506662.
10. SWEENEY, S. 1997. *English for Business Communication.* Cambridge University Press. ISBN 521754496.
11. WYATT, R. 2007. *Check your English Vocabulary for Business and Administration.* Bloomsbury Publishing. 80 s. ISBN 0713679166.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: anglický jazyk (predpokladaná minimálna úroveň znalosti B2)

Poznámky - časová záťaž študenta:
120 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 26
samoštúdium: 54
iné: vypracovanie úloh: 40
Študenti budú rozdelení do skupín podľa reálnej úrovne ovládania jazyka.

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov: novo zavedený predmet

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. PaedDr. Juraj Miština, PhD.; PhDr. Sandra Kotlebová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/21	Názov predmetu: Prevádzkový manažment v hotelierstve a pohostinstve
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): PV Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 70 % písomná skúška, 30 % 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:* Študent predmetu pozná históriu a vývoj hotelových a stravovacích zariadení a ich význam pre cestovný ruch, ovláda klasifikáciu, terminológiu, štandardy a kategórie ubytovacích a pohostinských zariadení, má prehľad o dispozičnom riešení a technickej dokumentácii prevádzky, rozumie princípom prevádzkového a personálneho plánovania, hygienickým normám a legislatíve (vrátane HACCP), pozná metódy tvorby cien v hotelierstve a stravovaní, základy kontrolingu, ovláda procesy poskytovania služieb zákazníkom, vrátane manažmentu kvality, pozná metódy merania spokojnosti zákazníkov a používanie národných barometrov, rozumie faktorom ovplyvňujúcim produktivitu práce v sektore, pozná systémy odmeňovania a výpočtu miezd v ubytovacích a pohostinských zariadeniach, je oboznámený s princípmi krízového manažmentu, bezpečnosti a riešením reklamácií, vie definovať udržateľné a ekologické prístupy v prevádzke (zelené hotely), rozumie praktickým aplikáciám riadenia prevádzky na základe prípadových štúdií. *Zručnosti:* Študent absolvovaním predmetu vie zostaviť pasport zariadenia a navrhnúť jeho dispozičné riešenie, vie vyhodnotiť úroveň vybavenosti podľa štandardov kategorizácie, zvláda základné plánovanie prevádzky a rozvrhovanie zamestnancov, dokáže navrhnúť cenovú politiku a rozpočet pre rôzne služby, vie uplatniť štandardy kvality v praxi a vyhodnotiť spokojnosť klienta, zvláda tvorbu jednoduchých dotazníkov a interpretáciu spätnej väzby, dokáže analyzovať produktivitu práce a navrhnúť opatrenia na jej zvýšenie, ovláda základy práce s údajmi z kontrolingu, kvalitatívnych ukazovateľov a spokojnosti, vie reagovať na sťažnosti, navrhnúť riešenia a postupovať pri krízovej situácii, dokáže vypracovať a prezentovať riešenia na základe prípadovej štúdie. *Profesijné kompetencie:* Študent absolvovaním predmetu je pripravený pracovať v prevádzkovom alebo manažérskom tíme ubytovacieho/pohostinského zariadenia, dokáže samostatne zabezpečiť chod jednotlivých prevádzkových stredísk, ovláda štandardy služieb a vie zabezpečiť ich dodržiavanie, vie aplikovať legislatívne normy do praxe, je schopný plánovať a kontrolovať personálne i prevádzkové	

procesy, rozumie vybraným základom ekonomiky prevádzky a vie sa podieľať na tvorbe cien, je schopný komunikovať so zákazníkmi na profesionálnej úrovni, zvláda riešenie reklamácií, krízových situácií a zaobchádzanie s rizikami, je pripravený implementovať udržateľné riešenia a zodpovedný prístup k životnému prostrediu, má schopnosť preniesť teoretické poznatky do praktického riadenia prevádzky.

Prenositeľné kompetencie: Študent v rámci predmetu rozvíja komunikačné a prezentačné zručnosti pri práci s hosťami i tímom, ovláda tímovú spoluprácu a schopnosť pracovať samostatne, rozvíja schopnosť riešiť problémy a reagovať na neštandardné situácie, má analytické myslenie a vie vyhodnocovať získané údaje, zlepšuje svoju schopnosť plánovania a organizovania práce, zvláda prácu s digitálnymi nástrojmi pri spracovaní dokumentov či dotazníkov, má schopnosť prispôsobiť sa rôznym typom prevádzok a zákazníkov, vie aplikovať princípy kvality a efektivity aj mimo sektora, rozvíja cit pre estetiku, ergonómiu a funkčnosť pracovného prostredia, získava schopnosť učiť sa z praxe a spätnej väzby.

Stručná osnova predmetu:

1. História a vývoj ubytovacích a stravovacích zariadení turizmu a ich význam pre turizmus. Základná terminológia, významné osobnosti, štruktúra a klasifikácia ubytovacích a stravovacích zariadení.
2. Pasport zariadenia, dokumentácia o podniku, Dispozičné riešenie a vybavenosť interiérov.
3. Štandardy vybavenosti. Štandard ako kritérium kvality vybavenosti a zariadenia, štandardy vybavenia ubytovacích zariadení.
4. Štandardy vybavenosti. Štandard ako kritérium kvality vybavenosti a zariadenia, štandardy vybavenia pohostinských zariadení.
5. Plánovanie a riadenie prevádzky ubytovacích a stravovacích služieb. Prevádzkové plánovanie a rozvrhovanie zamestnancov. Legislatíva, bezpečnosť a hygiena v prevádzke (HACCP).
6. Vybrané aspekty finančného riadenia v hotelierstve. Praktické aplikácie riadenia kontrolingu v ubytovacích a stravovacích službách.
7. Manažment služieb v turizme a hotelierstve. Poskytovanie ubytovacích služieb. Poskytovanie služieb v odbytových strediskách. Manažment kvality a štandardy kvality ubytovacích a pohostinských služieb.
8. Služby zákazníkom a meranie spokojnosti s poskytnutými ubytovacími a stravovacími službami. Národné zákaznícke barometre a ich ekonomická interpretácia.
9. Produktivita práce v ubytovacích a pohostinských zariadeniach. Charakter a meranie produktivity práce. Činitele ovplyvňujúce produktivitu práce.
10. Odmeňovanie v ubytovacích a pohostinských zariadeniach. Zásady odmeňovania. Model systému odmeňovania. Mzdy v ubytovacích a pohostinských zariadeniach.
11. Krízový manažment a bezpečnosť. Problémy, techniky riešenia reklamácií a sťažností. Riziká a krízové situácie (požiare, pandémia, atď.).
12. Udržateľnosť, ekologické inovácie a zelené hotely.
13. Praktické aplikácie a prípadové štúdie z oblastí ubytovacích a stravovacích služieb.

Odporúčaná literatúra:

1. BERESECKÁ, J. a kol. 2018 *Marketing cestovného ruchu : praktikum - príklady dobrej praxe*, 1. vyd. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2022. 145 s. ISBN: 978-80-552-2544-9.
2. BERESECKÁ, J. a kol. 2023. 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*, vol. 10, n. 2, 2023, s. 608-622. ISSN 2345-0282.
3. BERESECKÁ, J. a kol. 2023. Education and socially responsible management as an effective communication tool in local self-governement. In: *Forum scientiae of economia*, vol. 11, no. 2. 2023, s. 187-210. ISSN 2300-5947.
4. CHALUPA, J., PAŽOUT, Š. - HÁN, J. 2018. *Vybrané kapitoly z hotelnictví a gastronomie. Svazek třetí - Online marketing*. Wolters Kluwer. 312 s. ISBN 9788075528889.
5. SLÁDEK, G. *Manažment v pohostinstve a hotelierstve*. Bratislava. Ing. Miroslav Mračko, EPOS, Bratislava. 2007. 718 s. ISBN 978-80-8057-718-6.
6. MLEJNKOVÁ, L. 2016. *Stravovací služby*. Idea servis. 167 s. ISBN 9788085970883.
7. INEMEIER, J. D., HAYES, D. K. 2019. *Hotel Operations Management*. PEARSON INDIA. ISBN

9353944058.
8. PATÚŠ, P., MARUŠKOVÁ, J. 2014. *Manažment prevádzky hotela.* Dali-BB. 215 s. ISBN 9788081410741.
9. PETŘÍČEK, M. 2022. *Revenue management v ubytovacích službách*. Wolters Kluwer. 372 s. ISBN 9788076762084.
10. SLÁDEK, G., VALENTEOVÁ, K. 2006. *Controlling hotela a reštaurácie*. Bratislava: IURA EDITION, 2006. 222 s. ISBN 80-8078-098-6.
11. STÓTH, M., ŠAGÁTOVÁ, S. 2020. *Nákladový controlling*. 1. vyd. Praha : Wolters Kluwer, 2020. 168 s. ISBN 978-80-7598-906-2.
12. SZENDE, P., DALTON, A. N., YOO, M. 2021. *Operations Management in the Hospitality Industry*. ISBN 978-1-83867-542-4.
13. VETRÁKOVÁ, M. 2017. *Riadenie ľudských zdrojov v ubytovacích zariadeniach hotelového typu*. Wolters Kluwer. 196 s. ISBN 9788081686122.

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: uvádza sa reálny počet hodnotených študentov od zavedenia predmetu po jeho poslednú aktualizáciu

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. Ing. Janka Beresecká, PhD., MSc., PhDr. Martin Halmo, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/22	Názov predmetu: Sprostredkovateľské organizácie v turizme
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): PV Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. Záverečné hodnotenie spolu 100 %: z toho 60 % písomná skúška, 40 % 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*: Absolvovaním predmetu študent pozná teóriu a prax sprostredkovateľských organizácií v systéme odvetvia turizmu. Vie vysvetliť podstatu ich fungovania a podstatu ich produktov a služieb. Rozumie typológii sprostredkovateľských organizácií, pozná ich interné a externé zdroje. Študent chápe vzťahy a úlohy medzi producentmi služieb a sprostredkovateľmi v celom spektre distribučného reťazca. Vie interpretovať teoretické východiská problematiky ako aj praktické aspekty riadenia sprostredkovateľských organizácií. Pozná najnovšie trendy v predmetnej oblasti. *Zručnosti*: Študent dokáže uplatňovať základné princípy analýzy a plánovania pri distribúcií produktov a služieb v turizme. Je schopný selektovať a využiť účinné metódy a techniky sprostredkovania v segmente turizmu. Študent si osvojí základné poznatky potrebné na to, aby rozumel základným vzťahom a súvislostiam v sprostredkovateľskom a distribučnom reťazci produktov a služieb. *Profesijné kompetencie*: Študent je pripravený riešiť praktické úlohy súvisiace so sprostredkovaním a spoluprácou medzi organizáciami v cestovnom ruchu. Dokáže aplikovať získané vedomosti v ďalších odborných predmetoch, ako aj v praktickej činnosti. Je schopný pracovať na tvorbe a realizácii projektov zameraných na efektívne partnerstvá. Orientuje sa v problematike zmluvných vzťahov a štandardov kvality. Študent je pripravený získané vedomosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia. *Prenositeľné kompetencie*: Študent predmetu si osvojí komunikačné a prezentačné zručnosti a prehĺbi si analytické schopnosti. Nadobudne skúsenosti pri prijímaní rozhodnutí pri voľbe strategických partnerstiev, strategické a koncepčné myslenie. Posilňuje organizačné schopnosti využiteľné v rôznych profesijných oblastiach.	

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do problematiky sprostredkovania v turizme. Typológia sprostredkovateľských organizácií v turizme.
2. Historický vývoj a transformácia sprostredkovateľských organizácií v turizme. Tradičné agentúry vs. digitalizované platformy. Hybridné podnikanie v turizme.
3. Distribučné kanály v turizme a ich vývoj. Priame vs. nepriame distribučné kanály. Viackanálové stratégie.
4. Úloha sprostredkovateľov v hodnotovom reťazci v turizme. Vzťah medzi ponukou, dopytom a sprostredkovaním. Pridaná hodnota sprostredkovania.
5. Cestovné kancelária, cestovné agentúry a ich úloha v sektore turizmu. Definičný rámec, funkcie, rozdiely, právne a ekonomické aspekty, vývojové trendy a adaptácia na globálne zmeny.
6. Turistické informačné centrá - typológia, úlohy, funkcie. Turistické informačné centrá a ich prepojenie na destináciu.
7. Incomingové a outgoingové agentúry. Rezervačné a zľavové portály. Platformy na trhu B2B. Sprostredkovanie špecializovaných služieb (zdravotný, svadobný, kongresový, vzdelávací a pútnický turizmus). Metasearch portály.
8. Športové portály ako sprostredkovatelia v turizme. Význam, funkcie, typológia športových areálov. Balíčky v službách v turizme.
9. Odvetvové asociácie a zväzy v turizme. Funkcie: reprezentačná, lobing, vzdelávacia, sieťovanie, značky kvality, etické štandardy. Asociácie a zväzy doma a v zahraničí.
10. Etika, transparentnosť a ochrana spotrebiteľa v sprostredkovaní: podnikateľská kultúra, správanie k zákazníkom, transparentná komunikácia. Etické dilemy: algoritmické preferencie, greenwashing, personalizácia vs. manipulácia.
11. Implementácia konceptu smart turizmu v podmienkach sprostredkovateľských organizácií v turizme.
12. Nové trendy v činnosti sprostredkovateľských organizácií v turizme: výzvy, inovácie a adaptácia na meniace sa globálne prostredie.
13. Prípadové štúdie úspešnej praxe v kontexte sprostredkovateľských organizácií v turizme.

Odporúčaná literatúra:

1. BIEGER, T. 2022. *Tourism Distribution Systems*. Springer. ISBN 978-3030848355.
2. BUHALIS, D., AMARANGGANA, A. 2015. *Smart Tourism – Information and Communication Technologies in Tourism.* Springer. 2015. ISBN 978-3319201221
3. ČERNÁ, J. 2022. *Trendy a manažérske výzvy pre turizmus*. 1. vyd. Trnava: UCM. 2022. 123 s. ISBN 978-80-572-0293-6.
4. ČERNÁ, J., 2024. LIŽBETINOVÁ, L. 2024. Digital transformation process in Tourism. In: *Forum Scientiae oeconomi*a, vol. 12, n. 2., p. 65 – 83. ISSN 2300- 5947.
5. DOLÁK, R., SUCHÁNEK P. 2018. *Informační systémy v cestovním ruchu*. Karviná, Slezká univerzita, 2018. 144 s. ISBN 978-8074411304.
6. FRAŇOVÁ, I. a kol. 2018. *Metodická príručka pre turistické informačné centrá* (TIC). Asociácia informačných centier Slovenska. 73 s.
7. GÚČIK, M. 20210. *Cestovný ruch v ekonomike a spoločnosti.* Wolters Kluwer, 2020. 456 s. ISBN 978-80-571-0273-1.
8. HOLEŠINSKÁ, A. 2012. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruch*u. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012. 152 s. ISBN 97880-210-5847-7.
9. MARČEKOVÁ, R., GAJDOŠÍK, T., GAJDOŠÍKOVÁ, Z. 2017. *Informačné technológie v cestovnom ruchu*. Belianum 2017. 208 s. ISBN 978-8089548704.
10. MASON, P. 2015. *Tourism impacts, planning and management*. Third edition. London: Routledge, 2015. xvii, 253. ISBN 9781138016309.
11. MATOUŠ, J. 2018. *Asociace turistických informačních České Republiky*. 2018. 28 s.
12. MIDDLETON, V. T. C. a kol. 2009. *Marketing in Travel and Tourism*. Routledge. ISBN 978-0750686938.
13. NEJDL, K. 2011. *Management destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. 204 s. ISBN 9788073576738.

14. PALATKOVÁ, M. 2006. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu : jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006. 341 s. ISBN 8024710145.
15. STANDEVEN, J., KNOP P. 1999. *Sport Tourism*. Human Kinetics, 1999. 367 s. ISBN 978-0736003023.
16. WISE N., HARRIS, J. 2019. *Sport, Events, Tourism and Regeneration*. Routledge. 2019. 204 s. ISBN 978-1138648039.

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. Jana Černá, PhD., univ. doc., Ing. Martina Hudecová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/23	Názov predmetu: Strategický a projektový manažment
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): P Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 80 % skúška a 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*: Študent sa z predmetu zorientuje vo vednom odbore a v terminológii v súvislosti so strategickým projektovým manažmentom a vie definovať jednotlivé pojmy z oblasti strategického a projektového manažmentu. Pozná najdostupnejšie možnosti financovania projektov a najnovšie metodiky a štandardy využívané v projektovom manažmente. Študent dokáže definovať nevyhnutnosť projektového a strategického procesu a taktiež charakterizovať jeho fázy. Študent vie vymedziť jednotlivé riziká, ktoré sa vyskytujú pri implementácií projektov a stratégie, a na základe praktických príkladov rozumie ich významu pre podnik. Študent vie definovať riadenia ľudských zdrojov v projektovom manažmente, ktoré sú nevyhnutné najmä v p podnikoch poskytujúcich služby. Študent sa vie orientovať v problematike podpory informačných technológií pre projektový manažment, ako aj vo význame spoluprác a partnerstiev pri riadení projektov a stratégií podnikov. *Zručnosti*: Študent dokáže uplatňovať základné princípy riadenia projektov a tvorbe stratégií v teoretickej aj v praktickej rovine. Je schopný definovať dôležité atribúty na ašpirujúci úspešný strategický projektový podnik v praxi. Študent je schopný formulovať odporúčania pre podniky, ktoré sa usilujú implementovaním projektov a stratégií zlepšiť svoje podnikanie a zvyšovať svoju konkurencieschopnosť. Študent je schopný samostatne zhodnotiť nevyhnutnosti procesu riadenia projektov a stratégií, a vie jasne definovať ich hlavné znaky rizík v procese riadenia. *Profesijné kompetencie*: Študent je odborne spôsobilý orientovať sa v širokej škále teoretických a praktických poznatkov týkajúcich sa riadenia projektov. Študent sa orientuje v nových trendoch, ktoré podmieňujú a vo veľkej miere vplývajú na tvorbu projektov. Študent je schopný odporučiť podniku postupy a možnosti ako vhodne pristupovať k projektovým krokom. Na základe vedomostí o finančných možnostiach podpory projektov, študent má schopnosť navrhnúť reálnemu podniku spôsoby, ako postupovať v záujme tvorby projektov. Po absolvovaní štúdia je študent odborne spôsobilý získané vedomosti a zručnosti uplatniť v praktickej činnosti v rôznych typoch podnikov. *Prenositeľné kompetencie*: Študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti, je schopný pracovať v tímoch a osvojí si techniky organizovania, plánovania a časového manažmentu. Študent si zvýši svoju	

digitálnu gramotnosť a analytické myslenie a 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. Projektový a strategický manažment: základná terminológia a historický prehľad. Definícia a špecifiká pojmu projekt, projektový manažment, stratégia a strategický manažment.
2. Proces tvorby strategického manažmentu. Klasifikácia jeho úrovní a jednotlivých fáz.
3. Etapy životného cyklu projektu – príprava projektu. plánovanie projektu. realizácia, kontrola a ukončenie projektu.
4. Vybrané metodiky a štandardy projektového a strategického manažmentu.
5. Financovanie a rozpočtovanie projektov. Vybrané grantové schémy so zameraním na podniky a verejné organizácie.
6. Riadenie ľudských zdrojov v projektovom a strategickom manažmente.
7. IT podpora projektového a strategického manažmentu. Možnosti využívania informačných technológií pri procese tvorby projektov a stratégií v podniku. Príležitosti a hrozby.
8. Riadenie rizík v strategickom a projektovom manažmente. Definícia rizík v manažmente. Formy rizík. Možnosti ich eliminácie a predvídanie.
9. Analýza interného a externého prostredia podniku. Strategická syntéza (SWOT analýza, Metóda SPACE, Matica GE).
10. Nástroje strategických analýz. Podnikové stratégie. Funkčné stratégie.
11. Implementácia stratégie. Podnikateľské stratégie vo vybraných situáciách.
12. Riadenie fondov vo výzvach. Prideľovanie a spravovanie finančných nástrojov a programov, pravidlá, postupy a úlohy orgánov a subjektov.
13. Projektový a strategický manažment v praxi. Prezentácia projektového a strategického manažmentu vybraných podnikov a organizácií.

Odporúčaná literatúra:

1. ČAJKOVÁ A., ČAJKA, P.2021. Možnosti a potenciál strategického plánovania pre zvyšovanie regionálnej konkurencieschopnosti. In *Politiky a strategie pro regionální a udržitelný rozvoj v místním kontextu.* České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2021, s. 71-80. ISBN 978-80-7556-103-9.
2. BOČKOVÁ, K., OLÁH, A., HANÁK, M. 2020. *Projektový manažment. Učebnice pro studijní program Management.* . Dubnica nad Váhom: Vysoká škola DTI, 2020. 325 s. ISBN 978-80-89732-94-4.
3. COOKE, J. L. 2016. *PRINCE. 2016. Agile: An Implementation Pocket Guide. Ely*. Cambridgeshire: IT Governance Publishing, 2016. ISBN 978-1-84928-808-8
4. DOLEŽAL, J. a KRÁTKÝ, J. 2016. *Projektový management v praxi: naučte se řídit projekty*!. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-247-5693-6.
5. FOTR, J. 2017. *Úspešná realizace strategie a strategického plánu*. 2017. Praha: Grada Publishing, 2019. ISBN 978-80-271-0434-5.
6. HUDÁKOVÁ, MIŠÚNOVÁ, I. a kol. 2019. *Strategický manažment – prípadové štúdie.* 2019. Bratislava: Ekonóm, 2019. ISBN 978-80-225-4625-6.
7. CHRENEKOVÁ, M., SVETLÍKOVÁ, V., LAGINOVÁ, L. 2021. Tvorba a manažment projektov. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, 2021. 68 s. ISBN 978-80-552-2453-4.
8. KROGERUS, M. *2018. Kniha rozhodnutí: 50 grafických modelů pro strategické rozhodování.* 2018. Praha: Portál, 2018. ISBN 978-80-262-1311-6.
9. MÁCHAL, P., ONDROUCHOVÁ, M., PRESOVÁ, R. 2015. *Světové standardy projektového řízení: pro malé a střední firmy* : IPMA, PMI, PRINCE2. Praha: Grada, 2015. ISBN 978-80-247-5321-8.

10. MALEGA, P. 2015. Projektové riadenie. Nevyhnutná súčasť modernej spoločnosti. *In Trendy a inovatívne prístupy v podnikových procesoch*, roč. 18, 2015. Košice: Technická univerzita v Košiciach. ISBN 978-80-553-2488-3
11. MALEGA, P. MINARIKOVÁ, M. 2013. Softvérová podpora- nevyhnutná súčasť moderného manažmentu projektu. In Transfér inovácií, 2013, roč. 26. Košice: Technická univerzita v Košiciach. s. 76-82. ISSN 1337-7094.
12. NEWTON, R. 2016. *Project management step by step: how to plan and manage a highly successful project. Second edition*. Harlow. England: Pearson, 2016. ISBN 978-1-292- 14219-7.
13. PISÁR, P. 2021. *Projektový manažment vo verejnom sektore: Manažment programov EÚ* - 1. vyd. - Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2021. - 156 s. ISBN 978-80-557-1885-9.
14. SMOLKOVÁ, E. 2016. *Strategické partnerstvá v manažmente, podnikaní a marketingu.* 2016. Bratislava: Vydavateľstvo UK, 2016. ISBN 978-80-223-4186-8.
15. SUJOV´Á, A. 2022. Strategický manažment. Zvolen: Technická univerzita vo Zvolene, 2022. 13 s. ISBN 978-80-228-3335-6.
16. SVOBODOVÁ, I. 2017. *Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti.* 2017. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 978-80-271-0407-9.
17. SVOZILOVÁ, A. 2007. *Projektový management*. Grada Publishing. Praha. 2006. ISBN 80-247-1501-5.
18. ŠIMÍČKOVÁ, J., MOŠKOVÁ E. 2021. Analýza manažmentu rizika v projektovom riadení s ohľadom na aktuálne nástroje, štandardy a trendy. Zlín: Univezita Tomáša Baťu v Zlíne, 2021.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
180 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 39
samoštúdium: 62
iné: spracovanie zadaní : 79

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. PhDr. Andrea Čajková, PhD., PhDr. Kristína Melušová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/24	Názov predmetu: Udržateľné hodnoty v marketingu značky
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): V Rozsah: za obdobie štúdia 26s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 60 % semestrálny projekt a 40 % obhajoba semestrálneho projektu, vrátane diskusie na overenie vedomostí z predmetu.. 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 teoretické poznatky o environmentálnych a behaviorálnych hodnotách značky, ich vplyve na spotrebiteľské správanie a na tvorbu značkovej stratégie. Osvojí si poznatky o systémoch environmentálneho označovania produktov v Slovenskej republike a v EÚ, princípoch ekodizajnu, ekomarketingu, ako aj o metódach merania zákazníckej vernosti a význame osobnosti značky. Zručnosti: Študent bude schopný analyzovať a interpretovať environmentálne a behaviorálne prvky značky v kontexte marketingovej stratégie. Získa praktické zručnosti v oblasti identifikácie vhodných foriem environmentálneho označovania, zostavenia zelenej marketingovej komunikácie a aplikácie behaviorálnych nástrojov na meranie spotrebiteľského postoja a loajality. *Profesijné kompetencie*: Po absolvovaní predmetu bude študent pripravený navrhovať a implementovať stratégie udržateľného značkového marketingu v súlade s aktuálnymi environmentálnymi trendmi a spotrebiteľskými preferenciami. Bude schopný efektívne pracovať v tíme, prezentovať odborné výstupy a obhajovať svoje návrhy pred odbornou verejnosťou. *Prenositeľné kompetencie*: Študent si rozvinie schopnosti kritického myslenia, argumentácie, samostatného riešenia problémov a tvorivého prístupu k práci. Získa kompetencie v oblasti práce s odbornými zdrojmi, efektívnej komunikácie v slovenskom aj anglickom jazyku a schopnosť prepojiť poznatky z oblasti marketingu, ekológie a psychológie spotrebiteľa do praktických riešení.	
Stručná osnova predmetu:	

1. Úvod do problematiky. Význam environmentálnych a behaviorálnych hodnôt značky. Vývoj spotrebiteľských hodnôt v kontexte klimatických výziev. Behaviorálne faktory ovplyvňujúce ekologické rozhodovanie. Hodnotové rámce značky a ich vplyv na vnímanie udržateľnosti.
2. Environmentálna značka produktu. Definícia, význam a vývoj. Typológia environmentálnych značiek. Historický vývoj ekomarketingu a ekoznačiek. Greenwashing ako protiklad skutočného ekologického označovania.
3. Špecifiká environmentálnych značiek v spotrebiteľskom prostredí. Motivácie a bariéry spotrebiteľov pri výbere ekologických produktov. Percepcia hodnovernosti ekoznačiek a úloha dôvery. Úloha ceny, dostupnosti a kvality v rozhodovacom procese.
4. Systém environmentálneho označovania v Slovenskej republike. Národná ekoznačka a jej udeľovanie. Úloha Ministerstva životného prostredia SR a certifikačných orgánov. Príklady slovenských produktov s environmentálnym označením.
5. Systém environmentálneho označovania v Európskej únii. EU Ecolabel – charakteristika, kritériá a používanie. Porovnanie s ďalšími európskymi systémami Implementácia a kontrola environmentálnych štandardov v EÚ.
6. Porovnanie národných a nadnárodných systémov ekomarketingu. Rozdiely v certifikácii, požiadavkách a vnímaní značiek. Výzvy pri harmonizácii ekomarketingových štandardov.
7. Podmienky a legislatívne aspekty používania environmentálnych označení. Relevantná legislatíva SR a EÚ v oblasti označovania. Povinnosti výrobcov a kontrolné mechanizmy. Právne dôsledky klamlivého označovania a greenwashingu.
8. Udržateľná marketingová komunikácia a jej dopad na značku. Princípy udržateľnej komunikácie a jej nástroje. Rola digitálnych médií, influencerov a sociálnych sietí. Príklady úspešných aj neúspešných kampaní v praxi.
9. Ekolabeling a jeho význam pre budovanie dôvery spotrebiteľa. Dôveryhodnosť nezávislých certifikačných orgánov. Vnímanie ekolabelu ako garancie kvality a etiky. Vplyv ekolabelingu na nákupné správanie a lojalitu.
10. Ekodizajn – prepojenie dizajnu a udržateľnosti značky. Ekologické princípy pri výrobe a balení produktov. Cirkulárny dizajn a jeho prínos pre značku. Dizajn ako komunikačný nástroj environmentálnych hodnôt.
11. Behaviorálne metódy merania zákazníckej vernosti – kvantitatívne prístupy. Prieskumy zamerané na udržateľné preferencie zákazníkov. Nástroje ako Net Promoter Score v kontexte ekobrandu. Možnosti experimentálneho testovania marketingových prístupov.
12. Vplyv osobnosti značky na formovanie zákazníckych postojov a hodnôt. Archetypy značiek v ekologickom marketingu. Vnímanie autenticity ako kľúčového prvku dôvery. Vzťah medzi environmentálnymi hodnotami značky a zákazníkov.
13. Zhrnutie, diskusia a prípadové štúdie úspešných environmentálnych značiek. Patagonia – značka ako aktivista a obhajca prírody. IKEA – implementácia cirkulárneho modelu a udržateľných riešení. LUSH – etické podnikanie, zero waste prístup a transparentnosť.

Odporúčaná literatúra:

1. AAKER, D. A. 2003. Brand Building – budování obchodní značky. Brno: Computer Press, 2003, 312 s. ISBN 80-7226-885-6.
2. BARTÁKOVÁ, G.P. – GANOBČÍK, J. – HALMO, M. 2024. Eco-Labelling of products as a tool for environmental protection, International Journal of Public Administration Management and Economic Development, 9(2), pp. 18–27. https://doi.org/10.60026/ijpamed.v9i2.187.
3. ELIIS, N. – FITCHETT, J. – HIGGINS, M. – JACK, G. – LIM, M. – SAREN, M. – TADAJEWSKI, M. 2011. Marketing. A Critical Textbook. London: SAGE Publications, 2011, 245 p. ISBN 978-1-84860-878-8.
4. GUBÍNIOVÁ, K. – PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ, G. – VILČEKOVÁ, L. – OLŠAVSKÝ, F. – JANTOVÁ, M. – GANOBČÍK, J. 2022. Trendy v spotrebiteľskom správaní – teória a prax. Zlín: Radim Bačuvčík – VeRBuM, 2022, 203 s. ISBN 978-80-88356-12-7.
5. KELLER, K. L. 2007. Strategické řízení značky. Praha: Grada Publishing, 2007, 800 s. ISBN 80-247- 0016-6.

6. NEUMEIER, M. 2006. The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. Berkeley: New Riders Publishing, 2006, 162 pp.
7. PALMATIER, R. W. – SCHEER, L. K. – STEENKAMP, J. B. 2007. Customer Loyalty to Whom? Managing the Benefits and Risks of Salesperson-Owned Loyalty. In: Journal of Marketing Research. Vol. XLIV, 2007, pp. 188-199. ISSN 0022-2437.
8. SMOLKA, S. – SMOLKOVÁ, E. – VILČEKOVÁ, L. 2021. Sustainability as a Factor of Changing Marketing Strategies Based on the Customers´ Preferences in Context of Different Generations. In: Marketing Science and Inspirations. Roč. 16, č. 3, 2021, s. 2-12.
9. SMOLKOVÁ, E. – VILČEKOVÁ, L. 2022. Ethnocentrism of Slovak Consumers in Relation to Sustainable Products. In: Sustainable Business Development Perspectives 2022. Brno: Masaryk University Press, 2022, s. 244-253.

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: spracovanie semestrálneho projektu: 21

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: PhDr. Ján Ganobčík, PhD., MSc.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/25	Názov predmetu: Udržateľné podnikanie a financovanie ESG
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P,PV, V): PV Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: druhý stupeň inžinierske štúdium	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 60 % písomná záverečná skúška, 40 % 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 získa základné poznatky o udržateľnom podnikaní a financiách a zodpovednosti voči prostrediu v širšom spoločensko-ekonomickom kontexte. Oboznámi sa s kľúčovými pojmami ako sú ESG, CSR, cirkulárna ekonomika, hodnotenie nefinančných faktorov a ich vplyv na podnikanie a manažérske rozhodovanie. V rámci predmetu sa diskutujú aj širšie globálne otázky spojené s hodnotou peňazí, finančnou inklúziou, klimatickými zmenami, energetickou diverzifikáciou, rozvojom a kvalitou života. Získané poznatky reflektujú aj meniace sa paradigmy v ekonómii – od homo economicus k homo sapiens – s dôrazom na zodpovednosť subjektov a systémové dopady ich rozhodnutí. Zručnosti: Študent bude schopný aplikovať teoretické poznatky pri hodnotení udržateľnosti ekonomických subjektov -podnikov, štátov aj jednotlivcov. Porozumie mechanizmom nefinančného reportingu, princípom cirkulárnej ekonomiky a environmentálnej efektívnosti. Prostredníctvom prakticky orientovaných aktivít – ako sú simulácie, tímová práca na projektoch alebo príprava žiadosti o grant – získa schopnosť samostatne navrhovať riešenia v oblasti udržateľného podnikania. Pracuje s dátami, vyhľadáva a vyhodnocuje informácie a vie ich prezentovať formou výstupov vhodných pre rôznych stakeholderov. *Profesijné kompetencie*: Predmet rozvíja schopnosť študenta prepájať ekonomické, environmentálne a sociálne hľadiská s cieľom formulovať finančne a spoločensky zodpovedné rozhodnutia. Študenti sa učia premýšľať strategicky, hodnotiť dlhodobé dopady rozhodnutí, kriticky posudzovať relevantnosť cieľov a navrhovať riešenia, ktoré zohľadňujú viacdimenzionálne potreby všetkých aktérov. Osvojené poznatky a skúsenosti im umožnia efektívne pôsobiť v oblastiach zodpovedného podnikania, verejného sektora aj v neziskových organizáciách, kde je udržateľné financovanie čoraz kľúčovou témou.	

Prenositeľné kompetencie: Študent získa schopnosť kritického myslenia v širších súvislostiach, učí sa reagovať na komplexné výzvy modernej doby s rešpektom k diverzite, trvalej udržateľnosti a etickým princípom. Študent si v rámci predmetu rozvíja schopnosť tímovej spolupráce, kreatívneho riešenia problémov, efektívnej komunikácie - najmä prostredníctvom projektovo orientovaného zadania. Učí sa aplikovať konceptuálne vedomosti v reálnych situáciách, prepájať poznatky z rôznych disciplín s cieľom navrhovať realizovateľné riešenia s dlhodobou pridanou hodnotou.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do predmetu. Základné definície a pojmy, rozdelenie študentov do tímov.
2. Paradigmy ekonómie - ciele a potreby ekonomických subjektov, homo sapiens vs homo economicus.
3. Corporate social responsibility - zodpovedná firma, vývoj v čase, teórie, modely, praktické aplikácie.
4. ESG prednáška z praxe (nefinančný reporting, jednotlivé subfaktory a možnosti ich kvantifikácie).
5. ESG versus CSR - rozdiely, spôsob merania subfaktorov. Výhody a nevýhody pre podniky. Prepojenie na maslowovu pyramídu potrieb.
6. Zodpovedný spotrebiteľ, potraviny, oblečenie.
7. Projekty s presahom do praxe. Tvorba startupu. Financovanie inovačných projektov.
8. Zodpovedný štát - cirkulárna ekonomika, certifikačné značky.
9. Druhy motivácie a výhody udržateľného a zodpovedného správania jednotlivých ekonomických subjektov. Zodpovedný zamestnanec a zodpovedný zamestnávateľ. Corporate knights.
10. Energetický mix a energetická efektívnosť.
11. Hodnota peňazí a "medzera" vo svete. Finančná situácia populácie sveta, úrovne vzdelania. Inkluzivita. Rozvoj. Klimatické zmeny.
12. Hraničný úžitok z maximalizácie príjmov (zisku/trhovej hodnoty). Kvalita života ekonomických subjektov.
13. Prezentácia inovatívnych nápadov a ich realizovateľnosť v praxi. Skupinové hodnotenie.

Odporúčaná literatúra:

1. ANDERSON, T.L., LEAL, D.R. 2001. *Free Market Environmentalism*. New York: Palgrave, 2001. ISBN 0- 312-23503-8.
2. BALCEROWICZ, L., FISCHER, S. 2006. L*iving standards and wealth od nations. Successes and failures in real convergence*. The MIT Press, Cambridge, MA. 2006. ISBN 9780262025959.
3. BREALEY, R., MYERS, S. C., ALLEN, F. 2008. *Principles of Corporate Finance*. Singapore: McGraw-Hill; 9th edition, 2008. ISBN-13: 978-0071266758.
4. Corporate Social Responsibility, 2021. Dostupné na internete: <https://-www.csrhub.com/CSR_ratings_by_region_and_country/>.
5. HAUGEN, R. A. 1995. *The new Finance: The Case against Efficient Market*. s.l. : Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1995. ISBN 978-0131730809.
6. HENDL, J. 2016. *Kvalitativní výzkum. Základní teorie, metody a aplikace*. Portál, 2016. ISBN 978- 80- 262- 0982- 9.
7. LABATT, S., WHITE, R.R. 2002. *Environmental Finance*. Wiley: 2002. ISBN 0-471-12362-5.
8. PRAHALAD, C. K., 2005. T*he Fortune at the Bottom of the Pyramid, Eradicating Poverty through Profits*. New Jersey: Wharton School Publishing. ISBN 0-13-146750-6
9. ŠLAMPIAKOVÁ, L. 2025. Emergence and Evolution of Financial Economics. In: Economic Review: Scientific Journal of the University of Economics Bratislava. Vol. 54, No. 1 (2025), s. 1-19. ISSN 0323-262X.
10. Doplnková študijná literatúra, články, elektronické zdroje.

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: 42
iné: spracovanie zadaní : 39

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. Lea Šlampiaková, PhD., Ing. Stanislava Honzová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/26	Názov predmetu: Udržateľnosť spokojnosti klienta v turizme
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): PV Rozsah: za obdobie štúdia 39s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 60 % písomná skúška, 40 % 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 predmetu získava základný pojmový aparát z problematiky vývoja prístupov a koncepcií systémov manažérstva kvality v turizme, nadobudne prehľad o základných štandardoch vybavenosti služieb v turizme a hotelierstve, oboznámi sa podstatou jednotlivých dimenzií kvality v kontexte interakcie spokojnosti klienta turizmu, študent bude poznať štruktúru a obsah hlavných systémov manažérstva kvality a tiež štandardov ISO 9001, študent ovláda podstatu modelov a metód – IPA, PEI, CSI a GAP analýzy, pochopí princípy a špecifiká riadenia kvality v oblasti služieb cestovného ruchu, vysvetlia sa mu zásady auditovania systémov manažmentu kvality s previazanosťou na udržateľnosť klienta turizmu, študent nadobudne poznatky o vybraných národných systémoch riadenia kvality služieb turizmu a hotelierstva v európskych krajinách. *Zručnosti*: Študent je schopný analyzovať a posúdiť riadenie kvality v konkrétnom odvetví služieb turizmu a hotelierstva, študent dokáže aplikovať teoretické poznatky štandardov ISO do procesov poskytovania služieb v podnikoch turizmu, vie pracovať so základnými analýzami kvality (multidimenzionálna výskumná metóda merania kvality služieb, analýza výkonu, index spokojnosti klienta turizmu), študent je schopný analyticky vyhodnotiť rozpor medzi zákazníkovým očakávaním, vnímaním a reálnym poňatím kvality služieb turizmu a hotelierstva, študent dokáže identifikovať hlavné oblasti auditu manažérstva kvality, vie samostatne analyzovať národné systémy kvality vo vybraných európskych krajinách a dokáže zhodnotiť ich využitie v turizme. *Profesijné kompetencie*: Študent vie navrhovať riešenia pre riadenie a zlepšovanie procesov poskytovania kvalitných služieb v turizme a hotelierstve, študent dokáže v praxi identifikovať hlavné faktory kvality v odvetviach služieb turizmu podľa ich vplyvov na celkovú spokojnosť klienta, študent má rozhľad vo viacerých ukazovateľov kvality pre rôzne typy destinácií a podnikov, študent je schopný aplikovať získané vedomosti v rámci ďalších odborných	

predmetov v rámci štúdia – napr. riadenie vzťahov s klientami v turizme, študent je pripravený získané vedomosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia v destinačnom manažmente za účelom zvýšenia kvality a návštevnosti destinácie.
Prenositeľné kompetencie: dokáže využiť analytické myslenie v rámci dimenzií kvality produktov v turizme, dokáže pracovať v tíme a niesť zodpovednosť za plnenie čiastkových aktivít pri koncepčnom manažmente kvality pre oblasť turizmu, aplikovať získané znalosti, metódy a postupy pri čiastkových úlohách za účelom zvýšenia spokojnosti a udržateľnosti klienta, prezentovať vhodným spôsobom výsledky metód hodnotenia kvality služieb turizmu, dokáže uplatniť rôzne mäkké zručnosti a argumentačné schopností pri riešení praktických zadaní a tvorbe inovatívnych riešení v praxi výkonnostných indikátorov kvality a ich vplyvov na celkovú spokojnosť a lojalitu zákazníckych segmentov turizmu.

Stručná osnova predmetu:

1. Koncepcie systémov manažérstva kvality v turizme a hotelierstve. Štandardy vybavenosti a služieb. Vzťah medzi kvalitou, spokojnosťou a udržateľnosťou.
2. Spokojnosť a očakávania zákazníka. Dimenzie kvality a vzájomné vzťahy k lojalite klienta. Nástroje a metódy merania spokojnosti. Vplyv spokojnosti na udržateľný rozvoj služieb.
3. Koncepcie manažmentu kvality v turizme a hotelierstve. Udržateľný manažment kvality služieb.
4. Budovanie systému kvality podľa ISO noriem a jeho certifikácia. Význam certifikácie podľa ISO pre hotel a turistické zariadenie.
5. GAP analýza a GAP model kvality služieb. Importance Performance Analysis (IPA). Matica IPA.
6. Priorities for Improvement (PEI). Customer Satisfaction Index (CSI) a význam CSI.
7. Kvalita v sektore ubytovacích služieb a dimenzie kvality v ubytovaní. Kvalita v sektore stravovacích služieb a dimenzie kvality v gastronómii. Štandardy kvality v reštauračných službách.
8. Kvalita v sektore dopravných služieb. Štandardy a meranie kvality v doprave. Kvalita destinácie v turizme. Dimenzie kvality destinácie a meranie kvality destinácie. Kvalita destinácie a udržateľnosť.
9. Kvalita sprostredkovateľov služieb (cestovné kancelárie, turistické informačné centrá a agentúry). Dimenzie kvality u sprostredkovateľov. Špecifiká kvality digitálnych sprostredkovateľov. Kvalita ako konkurenčná výhoda sprostredkovateľa. Udržateľnosť a kvalita sprostredkovania.
10. Kvalita z pohľadu udržateľnosti klienta turizmu. Dimenzie kvality pri udržateľnosti klienta. Meranie kvality udržateľnosti z pohľadu klienta. Výzvy pri implementácii udržateľnej kvality z pohľadu klienta.
11. Auditovanie systému manažmentu kvality v turizme. Typy auditov v manažmente kvality v turizme. Proces auditovania a špecifiká auditovania v sektore turizmu.
12. Národné systémy kvality služieb turizmu v Európe a slovenský systém kvality služieb turizmu a hotelierstva. Význam národných systémov kvality pre slovenský turizmus.
13. Praktické prípadové štúdie a ich aplikácie. Implementácia systému manažérstva kvality podľa ISO 9001 v stredne veľkom hoteli na Slovensku s dôrazom na zvýšenie spokojnosti klienta. Analýza dimenzií kvality a ich vplyv na lojalitu zákazníkov v reštauračných službách vybraného turistického rezortu. GAP analýza a Importance Performance Analysis (IPA) v službách cestovnej kancelárie na identifikáciu priorít zlepšovania pre udržateľný rozvoj podnikania. Auditovanie systému kvality v dopravných službách turistického regiónu so zameraním na metódy a vplyv na kvalitu destinácie.

Odporúčaná literatúra:

1. AZZOPARDI, E. – NASH, R. A. 2013. Critical Evaluation of Importance – Performance Analysis. In: *Tourism Management*, 2013, vol. 35., s. 222-233. ISSN 0261-5177.
2. GÚČIK, M., GAJDOŠÍK, T., LENCSÉOVÁ, Z. 2016. *Kvalita a spokojnosť zákazníka v cestovnom ruchu*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2016. 208 s. ISBN 978-80-8168-350-3.
3. INDROVÁ, J., HOUŠKA, P., PETRŮ, Z. 2011. *Kvalita ve službách cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2011. 170 s. ISBN 978-80-2451-766-7.

4. KANDAMPULLY, J., MOK, C. – SPARKS, B. 2001. *Service Quality Management in Hospitability, Toursim and Leasure*. USA: Routledge, 2001. 339 s. ISBN 0-7890-0726-6.
5. KOVÁČOVÁ, M. 2018. *Udržateľný rozvoj a kvalita v cestovnom ruchu.* Prešov: Prešovská univerzita v Prešove.
6. MOJŽIŠ, V. 2003. *Kvalita dopravních a přepravních procesů*. Pardubice: Institut Jana Pernera, 2003. 153 s. ISBN 978-80-85605-90-2.
7. NENADÁL, J. 2004. *Meření v systémech managementu jakosti*. Praha: Management Press, 2004. 336 s. ISBN 978-80-7261-110-0.
8. RAŠOVSKÁ, I., RYGLOVÁ, K. 2017. *Management kvality služeb v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2017. 192 s. ISBN 978-80-2475-021-7.
9. SYSEL J. 2020. *Systémy řízení kvality v cestovním ruchu.* Praha: Vysoká škola hotelová v Praze, 2020, 30 s.
10. SLOVENSKÁ AGENTÚRA PRE CESTOVNÝ RUCH. 2022. *Systém kvality služieb cestovného ruchu na Slovensku*. Bratislava: SACR.
11. SUCHÁNEK, P. 2013. Kvalita a výkonnost v podnicích cestovního ruchu. In: *Regionální rozvoj cestovního ruchu, hotelnictví a gastronomie*. Brno: VŠOH, 2013. s. 397-408. ISBN 978-80-87300-42-8.
12. ŽIDEK, R. 2018. *Auditovanie kvality v hotelierstve a cestovnom ruchu*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda.

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: 42
iné: príprava a prezentácia zadaní: 39

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: doc. Ing. Janka Beresecká, PhD., MSc., JUDr. Ing. Tomáš Malatinec, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/27	Názov predmetu Verejné financie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): P Rozsah: za obdobie štúdia 52s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 60 % kombinovaná skúška z obsahu predmetu, vrátane diskusie k semestrálnemu projektu a 40 % semestrálny projekt. 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*: Absolvovaním predmetu študent získa pokročilé teoretické vedomosti o fungovaní verejných financií a ich úlohe v ekonomike. Ovláda princípy rozhodovania a riadenia vo verejnom sektore, ako aj špecifiká produkcie verejných statkov. Rozumie systému verejných príjmov, najmä o daniach a ich ekonomických dôsledkoch, ako aj o štruktúre, efektívnosti a hodnotení verejných výdavkov. Porozumie vplyvu verejných financií na rovnosť, efektívnosť a redistribúciu zdrojov v spoločnosti. Osvojí si teoretické základy moderných prístupov v manažmente verejných financií, vrátane aplikovania prvkov výkonového a programového rozpočtovania, riadenia verejných výdavkov a kontroly výkonnosti na úrovni štátnych verejných organizácií a ich jednotlivých zložiek. Rozumie fiškálnej politike a pravidlám EÚ financovania. *Zručnosti*: Absolvovaním predmetu študent nadobudne zručnosti potrebné na analýzu a riešenie problémov verejných financií v praktickom kontexte. Dokáže identifikovať kľúčové problémy financovania a riadenia verejných statkov, analyzovať štruktúru verejných príjmov a výdavkov a hodnotiť ich ekonomické a sociálne dôsledky. Ovláda praktické nástroje hodnotenia efektívnosti verejných výdavkov z pohľadu efektívnosti a účinnosti. Dokáže aplikovať zásady rovnosti a efektívnosti pri rozhodovaní. Zvládne zostaviť, implementovať a vyhodnotiť programový a výkonový rozpočet. Vie navrhovať alternatívne riešenia financovania verejných potrieb a používať nástroje finančného manažmentu vo verejných organizáciách na zlepšenie výkonnosti a transparentnosti vo verejnej správe. *Profesijné kompetencie*: Študent interpretuje získané teoretické vedomosti pre účely skúmania problematiky a riešenia praktických problémov fungovania systému finančných vzťahov a vlastnej orientácie v rámci právneho rámca. V oblastiach manažmentu verejných financií aplikuje získane poznatky v rozpočtovaní, v riadení výdavkov a zavádzaní moderných prístupov vo finančnej kontrole v zmysle koncepcie “New governance” do praxe verejných inštitúcií,	

vrátane komunikcie s verejnými aktérmi.

Prenositeľné kompetencie: Absolvent predmetu je pripravený profesionálne pôsobiť v oblastiach verejných financií na rozdielnych úrovniach verejnej správy, vrátane neziskových organizácií a aj poradenských a analytických inštitúcií. Disponuje kompetenciou navrhovať, implementovať a vyhodnocovať opatrenia týkajúcich sa verejných príjmov a výdavkov s ohľadom na ich ekonomickú efektívnosť a sociálne dopady. Dokáže kvalifikovane analyzovať rozpočtové procesy, aplikovať zásady výkonového a programového rozpočtovania, využívať nástroje riadenia verejných výdavkov a prispievať k zvyšovaniu transparentnosti a zodpovednosti vo verejnom sektore. Vie navrhovať alternatívne formy financovania verejných potrieb a posudzovať vhodnosť ich využitia v konkrétnych podmienkach. a Formuluje konkrétne návrhy verejných opatrení v uvedených oblastiach.

Stručná osnova predmetu:

1. Vymedzenie systému verejných financií. Funkcie verejných financií. Úloha štátu v ekonomike. Alokačná efektívnosť. Zlyhanie štátu. Teória verejnej voľby.
2. Verejné príjmy a zdaňovanie. Klasifikácia verejných príjmov. Základy daňovej teórie.
3. Princípy zdaňovania. Stimulačná funkcia daní. Medzinárodné aspekty zdaňovania.
4. Verejné výdavky a programy. Typológia verejných výdavkov. Verejné projekty, programy a verejné objednávky. Verejné obstarávanie a problémy jeho realizácie na Slovensku.
5. Efektívnosť verejných výdavkov. Metódy hodnotenia efektívnosti. Úvod do analýzy verejných investícií. Cost benefit analýza.
6. Manažment verejných financií. Princípy „New governance“ a moderné prístupy k riadeniu verejného sektora.
7. Rozpočtovanie vo verejnom sektore. Štátny rozpočet, plánovacie a kontrolné funkcie. Výkonové a programové rozpočtovanie.
8. Riadenie verejných výdavkov a multikriteriálne hodnotenie. Moderné metódy riadenia verejných výdavkov. Hodnotenie verejných výdavkov podľa viacerých kritérií.
9. Fiškálny federalizmus a územná samospráva. Financovanie územných celkov. Prerozdeľovanie zdrojov a vertikálna a horizontálna rovnováha.
10. Fiškálna nerovnováha a verejný dlh. Deficit a verejný dlh. Krátkodobé a dlhodobé dôsledky. Riadenie verejného dlhu na Slovensku. Udržateľnosť verejných financií.
11. Európske verejné financie. Rozpočet EÚ. Kohézna politika a jej význam pre Slovensko.
12. Finančná kontrola, audit a kontrola výkonnosti. Systém finančnej kontroly. Kontrola výdavkov a výsledkov. Medzinárodné štandardy vo finančnej kontrole a audite. Problémy finančnej kontroly na Slovensku.
13. Praktické prípadové štúdie. Aplikácia poznatkov v reálnych situáciách. Riešenie problémových úloh a prezentácia návrhov.

Odporúčaná literatúra:

1. BOARDMAN, A. E. a kol. 2017. *CostBenefit Analysis. Concepts and Practice*. Fourth edition. Cambridge University Press. ISBN 978-1-108-44828-4.
2. HAMERNÍKOVÁ, B., MAAYTOVA, A. a kol. 2010. *Veřejné finance.* 2., aktualizované vydání. Praha: Wolters Kluwer, 340 s. ISBN 978-80-7357-497-0.
3. HUŇADY, J., PISÁR, P. a kol. 2022. One-way ticket from unemployment to entrepreneurship? Evaluation of allowance for self-employment in least developed regions. In: *Central European Journal of Public Policy*, vol. 16, n. 2, s. 1-17. ISSN 1802-4866.
4. HUŇADY, J., PISÁR, P. et. al. 2022. Digital transformation in EU: North is leading, and South is lagging behind. In: International journal of information systems and project management. 2022. Vol. 10, no. 4., pp. 39-56. ISSN 2182-7796
5. MAAYTOVÁ, A. a kol. 2015. *Veřejné finance v teorii a praxi.* Praha: GRADA Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5561-8.
6. MEDVEĎ, J., NEMEC, J. a kol. 2007. *Základy verejných financií.* Bratislava: Sprint, 2007. ISBN 978-80-89393-46-6.
7. MEDVEĎ, J., NEMEC, J. a kol. 2011. *Verejné financie*. Sprint, Bratislava, 2011. ISBN 978-80-89393-46-6.

8. NEMEC, J. 2010. *Kontrola ve veřejné správě*, Wolterrs Kluwer Praha, ISBN 978-80-7357-558-8.
9. NEMEC, J. a kol. 2012. *Managing public investments at municipal level. Manual of local officials*. Bratislava: NispaCee, 2012. ISBN 978-80-89013-58-6.
10. PISÁR, P. et. al. 2020. The contribution of innovation actors into business R&D funding - Does the substitution effect of public support worh in the EU? In: E&M Economics and Management. Vol. No. 1 (2020), pp. 121-134. ISSN 1212-3609
11. PISÁR, P. 2021. *Projektový manažment vo verejnom sektore: Manažment programov EÚ* - 1. vyd. Banská Bystrica: Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2021. 156 s. ISBN 978-80-557-1885-9.
12. PISÁR, P., HUŇADY, J. et al. 2019. *Regionálne inovácie v Európskej únii a na Slovensku*. 1. vyd. - Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2019. 244 s. ISBN 978-80-557-1606-0 16.
13. PISÁR, P. et. al. 2020. The contribution of innovation actors into business R&D funding - Does the substitution effect of public support worh in the EU? In: E&M Economics and Management, Vol. 23, n. 1, 2020, s. 121-134. ISSN 1212-3609.
14. 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, n. 1. s 261-283. ISSN 1338-4309.
15. PISÁR, P., ĽAPINOVÁ, E. 2019. *Financie Európskej únie*. Banská Bystrica: Belianum 336 s. ISBN 978-80-557-1607-7.
16. STIGLITZ, J.E. 1997. *Ekonomie veřejného sektoru – preklad z anglického jazyka*. Praha: GRADA Publishing, 1997. ISBN 978-80-7169-454-1.
17. STIGLITZ, J. E., ROSENGARD, J. K. 2015. *Economics of the public sector: Fourth international student edition*. WW Norton & Company. ISBN 978-0-393-93456-8.
18. ŠAGÁT, V. 2021. *Finančná kontrola a audit vo verejnom sektore*. Nitra : Cartprint. ISBN 978-80-89254-02-06.
19. ŠIPIKAL, M., PISÁR, P.. et. al. 2013. Are subsidies really needed? The case of EU regional policy in the Czech and Slovak republics. In: *Ekonomie a Management*, *vol.* 16, *n.* 4. s. 16-28. ISSN 2336-5604.
20. WRIGHT, G., NEMEC, J. 2003. *Management veřejné správy. Zkušenosti z transformace veřejné správy ze zemí střední a východní Evropy*. Praha : Ekopress. ISBN 80-86119-70-X.

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

Poznámky - časová záťaž študenta:
210 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 52
samoštúdium: 90
iné: štúdium aktuálnej legislatívy: 20
spracovanie semestrálneho projektu: 48

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: prof. Ing. Peter Pisár, PhD., Ing. Jozef Kučera, PhD., MSc., Ing. Stanislava Honzová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Fakulta: Inštitút manažmentu	
Kód predmetu: KEKOMA/EKOMA/InE/28	Názov predmetu Vidiecky turizmus
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh (P, PV, V): V Rozsah: za obdobie štúdia 26s Metóda: prezenčná Forma: externá	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: druhý	
Podmieňujúce predmety: -	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou pripustenia ku skúške je plnenie študijných povinností v rozsahu a forme určenej vyučujúcim. 100 % záverečné hodnotenie: 60 % semestrálny projekt a 40 % obhajoba semestrálneho projektu, vrátane diskusie na overenie vedomostí z predmetu. 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*: Absolvovaním predmetu študent získa pozná definíciu, históriu a špecifiká vidieckeho turizmu na Slovensku a v Európe, chápe význam rozvojových faktorov, predpokladov a potenciálu vidieka, orientuje sa v nástrojoch podpory (finančných a nefinančných) pre rozvoj vidieckeho turizmu, rozumie úlohám a postaveniu aktérov (farmári, podnikatelia, samospráva, mimovládky), pozná štruktúru infraštruktúry a služieb vo vidieckom prostredí, má prehľad o manažmente vidieckeho turizmu na miestnej, regionálnej aj národnej úrovni, orientuje sa v aktuálnych trendoch, výzvach a vývojových smeroch (klíma, digitalizácia, inovácia, post-COVID). *Zručnosti*: Absolvovaním predmetu študent vie analyzovať možnosti rozvoja vidieckeho turizmu v konkrétnych regiónoch, identifikovať a hodnotiť predpoklady a bariéry rozvoja vidieckeho turizmu, vypracovať návrh jednoduchého rozvojového plánu alebo podnikateľského zámeru, pracovať s prípadovými štúdiami a aplikovať získané poznatky do praxe, interpretovať dáta o rozvoji a trendoch v turizme, komunikovať s aktérmi vidieckeho turizmu a navrhovať spoluprácu. *Profesijné kompetencie*: Absolvent predmetu bude vedieť odborne sa orientovať v oblasti vidieckeho turizmu, nadobudne znalosť nástrojov podpory a riadenia turizmu v rámci verejnej politiky ako aj schopnosť spolupracovať s rôznymi aktérmi turizmu na rôznych úrovniach, dokáže vytvoriť inovatívne riešenia pre rozvoj vidieckeho turizmu ako aj aplikovať poznatky o udržateľnosti, trendoch a digitalizácii v praxi. *Prenositeľné kompetencie*: Absolvent predmetu bude schopný kriticky a analyticky myslieť,	

získa prezentačné a komunikačné zručnosti, schopnosť tímovej práce a medziodborovej spolupráce, schopnosť zvládnúť plánovania a organizácie úloh, nadobudne informačnú gramotnosť a práca s odbornými zdrojmi, porozumie adaptabilite na zmeny (klimatické, technologické, spoločenské).

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do vidieckeho turizmu. Špecifická forma turizmu na Slovensku. Vymedzenie, charakteristika a hierarchické členenie vidieckeho turizmu.
2. História a vývoj vidieckeho turizmu. Vývoj vidieckeho turizmu v Európe a na Slovensku.
3. Východiská a faktory rozvoja vidieckeho turizmu.
4. Rozvojový potenciál vidieka a vidieckeho turizmu. Lokalizačné, realizačné a selektívne predpoklady pre jeho rozvoj.
5. Ľudský kapitál a jeho význam v rozvoji vidieckeho turizmu. Subjekty a aktéri vidieckeho turizmu. Farmári, podnikatelia, samospráva, neziskové organizácie.
6. Nástroje na podporu rozvoja vidieckeho turizmu. Finančné a nefinančné nástroje a ich význam.
7. Efekty odvetvia vidieckeho turizmu.
8. Manažment vidieckeho turizmu, aktéri na regionálnej a lokálnej úrovni.
9. Manažment vidieckeho turizmu na národnej úrovni, jeho vývoj a inštitucionalizácia na Slovensku.
10. Vidiecky turizmus na Slovensku v praxi. Prípadové štúdie regiónov Slovenska.
11. Vybrané trendy vidieckeho turizmu. Turista budúcnosti.
12. Európske a svetové trendy vo vidieckom turizme. Príklady dobrej praxe. Inovačné prístupy.
13. Aktuálne výzvy a budúcnosť rozvoja vidieckeho turizmu. Klimatická zmena, digitalizácia, post-COVID obdobie, vývoj.

Odporúčaná literatúra:

1. BERESECKÁ, J. 2012. *Zvýšenie účinnosti marketingových prístupov k rozvoju vidieckeho turizmu v Nitrianskom kraji*. Nitra: Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy FF UKF Nitra. 2012, 177 s.
2. BERESECKÁ, J. 2013. Prírodný a kultúrno-historický potenciál - katalyzátor rozvoja cestovného ruchu. In XVI. *mezinárodní kolokvium o regionálních vědách*. 1. vyd. s. 603-609. ISBN 978-80-210-6257-3.
3. BERESECKÁ, J. 2018. *Marketingová koncepcia vidieckeho turizmu v slovenskom regióne*. 1. vyd. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2018. 146 s. ISBN 978-80-552-1926-4.
4. BERESECKÁ, J. 2021. Senior ako zákazník budúcnosti - pravda či mýtus? In *Dot.comm*, vol. 9, no. 1, s. 13-22. Dostupné na internete: <https://www.eammm.eu/dot-comm-pdf/2021_01.+pdf.> ISSN 1339-5181.
5. BERESECKÁ, J., HRONCOVÁ VICIANOVÁ, J. 2020. *Vidiecky cestovný ruch : veda a prax*. 2. dopl. a prepracované. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2020. 173 s. ISBN 978-80-552-2156-4.
6. BERESECKÁ, J., HUDÁKOVÁ, M., PAPCUNOVÁ, V. 2018. Vidiecky turista budúcnosti. In *Studia turistica*, 2018, roč. 9, č. 2, s. 6-17. Dostupné na internete: <https://www.vspj.cz/vyzkum-a-projekty/casopisy-vspj/studia+-turistica.>. ISSN 1804 – 252X.2,
7. BERESKÁ, J., VARECHA, L. 2018. *Produkt vidieckeho turizmu. Brno. 2018*. Dostupné na internete: *<file:///C:/Users/Mautin/Downloads/Produkt_vidieckeho_turizmu.pdf* ISBN 978-80-210-8970-9.>.
8. JARÁBKOVÁ, J. 2021. *Vidiecky cestovný ruch a jeho perspektívy*. Nitra. 2021. Dostupné na internete: <http://www.slpk.sk/eldo/2021/dl/9788055223223/9788055223223.pdf>. ISBN 978-80-552-2322-3.
9. KEREKEŠ, P. 2019. *Vidiecky turizmus a agroturizmus v regiónoch turizmu.* Bratislava. 2019. Dostupné na internete: <http://www.slpk.sk/eldo/2019/misc/9788057010326.pdf>. ISBN 978-80-570-1032-6.
10. LANE, B., KASTENHOLZ, E., CARNEIRO, M. J. 2022. *Rural Tourism and Sustainability: A Special Issue, Review and Update for the Opening Years of the Twenty-First Century. Bazilej.*

2022. Dostupné na internete: <https://whttps://www.wisdomlib.org/uploads/journals/mdpi-sust/2022-volume-14-issue-10--2071-1050-14-10-6070-.pdfww.wisdomlib.org/uploads/journals/mdpi-sust/2022-volume-14-issue-10--2071-1050-14-10-6070-.pdf>.

11. MICHÁLKOVÁ, A. 2023. *Economics of Tourism. Regional aspects*. České Budejovice. 2023. Dostupné na internete: <https://of.euba.sk/www_write/files/veda-vyskum/publikacie/2023/2023-1-11-michalkova-et-al-economics-of-tourism-regional-aspects.pdf>. ISBN 978-80-7556-121-3.
12. OECD. 2020. *Rural Well-being: Geography of Opportunities*. Dostupné na internete: <https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/support-materials/2020/10/rural-well-being_8d2d0140/Rural-Well-Being-policy-highlights-en.pdf>.
13. OECD. 2022. *Unlocking Rural Innovation*. Paríž. 2022. Dostupné na internete: <https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2022/09/unlocking-rural-innovation_4113a863/9044a961-en.pdf>. ISBN 978-92-64-61214-3.

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: príprava projektu: 21

Hodnotenie predmetov
Celkový počet hodnotených študentov:

A	B	C	D	E	FX

Vyučujúci: PhDr. Martin Halmo, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 02.07.2025

Schválil: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.