

OBSAH

1. Podnikovohospodárska náuka.....	2
2. Podnikové financie a finančný manažment podniku.....	4
3. Pracovnoprávne vzťahy v SR.....	6
4. Základy marketingu.....	8

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita P. J. Šafárika v Košiciach	
Fakulta:	
Kód predmetu: KEaRVS/PODNA- d/14	Názov predmetu: Podnikovohospodárska náuka
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 1 / 1 Za obdobie štúdia: 14 / 14 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	
Stupeň štúdia: N	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Priebežné hodnotenie (napr. test, samostatná práca...): písomná previerka (projekt), Záverečné hodnotenie (napr. skúška, záverečná práca...): klasifikovaný zápočet.	
Výsledky vzdelávania: Študent absolvovaním predmetu získa poznatky podnikovohospodárskej náuky a pochopí zákonitosti podniku v trhovej ekonomike.. Oboznámi sa s fungovaním podniku, výrobnými faktormi, podnikovou činnosťou a hodnotovým vyjadrením podnikových činností. Pochopí podstatu oceňovania majetku podniku a finančného hospodárstva podniku.	
Stručná osnova predmetu: Predmet ponúka komplex teoretických a odborných vedomostí z oblasti podnikovohospodárskej náuky (podnikového hospodárstva). Obsahová náplň je zameraná na pochopenie zákonitosti fungovania podniku v trhovej ekonomike, podnikového transformačného procesu a podnikových výrobných faktorov. Zaoberá sa členením výrobných faktorov, majetkovou a kapitálovou štruktúrou podniku a umožňuje pochopiť podstatu finančného hospodárstva podniku.	
Odporúčaná literatúra: Povinná: 1. KUPKOVIČ, M. et. al. 2003. Podnikové hospodárstvo. 7. vyd. Bratislava : Sprint, 2003, 452 s. ISBN 80-88848-71-7. 2. MAJTÁN, Š.: Podnikové hospodárstvo. Bratislava: Sprint 2012, ISBN 978-80-89393-63-3 Odporúčaná: 1. SEDLÁK, M. Podnikové hospodárstvo. Bratislava: Iura Edition, 2010. ISBN 978-80-8078-317-4. 2. MAJDÚCHOVÁ, H. – NEUMANNOVÁ, A. Podnikové hospodárstvo pre manažérov. Bratislava: Iura Edition, 2008. ISBN 978-80-8078-200-9. 3. MANKIW, N.G. 2008. Principles of Economics. Ohio:South-Western Cengage Learning, 2008. ISBN 13: 978-0-538-45305-9. 4. Zbierka zákonov	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský alebo anglický	
Poznámky:	
Hodnotenie predmetov	
Celkový počet hodnotených študentov: 21	
abs	neabs
100.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Lenka Pčolinská, PhD.	
Dátum poslednej zmeny: 30.04.2014	
Schválil:	

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita P. J. Šafárika v Košiciach	
Fakulta:	
Kód predmetu: KEaRVS/PFFMP- d/14	Názov predmetu: Podnikové financie a finančný manažment podniku
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 1 / 1 Za obdobie štúdia: 14 / 14 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	
Stupeň štúdia: N	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktívna účasť na cvičeniach. Záverečný hodnotiaci test s maximálnym počtom bodov 40 bodov a minimálnym 21 bodov. Ukončenie predmetu - klasifikovaný zápočet s minimálnym počtom bodov 21 a maximálnym 40 bodov.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je príprava študentov na samostatné praktické aplikovanie metód a postupov pri finančnom riadení podniku. Obsahom predmetu je podrobné oboznámenie študentov s aktuálnymi teoretickými a praktickými problémami dlhodobého finančného manažmentu v podmienkach vyspelej ekonomiky. Dôraz je kladený na nové nástroje financovania. Absolvent predmetu získa základné teoretické poznatky z oblasti finančného riadenia podniku.	
Stručná osnova predmetu: 1. Obsah a úlohy finančného manažmentu, pôsobenie ekonomického okolia na finančný manažment. 2. Finančné ciele, finančné rozhodovanie. 3. Majetková štruktúra podniku. 4. Zdroje podnikového kapitálu. 5. Získavanie finančných zdrojov úverovou formou. 6. Kapitálové plánovanie a investičné rozhodovanie. 7. Ekonomická efektívnosť projektov vecných a finančných investícií. 8. Kapitálová a finančná štruktúra podniku. 9. Riadenie obežného majetku. 10. Finančné plánovanie. 11. Finančná analýza podniku, zdroje informácií, metódy finančnej analýzy. 12. Ukazovatele finančnej analýzy.	
Odporúčaná literatúra: Povinná:	

BOBÁKOVÁ, V., HRABOVSKÁ, Z., MIHALIKOVÁ E., VALOVSKÁ, Z., ŽOFČINOVÁ, V. 2015. Ekonomicko-právne aspekty podnikania (Vybrané kapitoly). Košice, UPJŠ, 2015. ISBN 978-80-8152-301-4.

Odporúčaná literatúra:

KRÁĽOVIČ, J.- VLACHYNSKÝ, K.2011. Finančný manažment. Bratislava: IURA EDITION, 2012. ISBN 978-80-8078-856-3

VLACHYNSKÝ K. a kol.: Podnikové financie. Bratislava: IURA EDITION, 2009, ISBN 978-80-807-8258-0

ŠIMAN J. – PETERA P.2010. Financování podnikatelských subjektu. Praha: C.H.BECK. ISBN 978-80-7400-117-8.

ČERNOHORSKÝ, J. TEPLÝ, P. 2011. Základy financí. Praha: GRADA Publishing. ISBN 978-80-247-3669-3.

REŽŇÁKOVÁ, M. 2012. Efektivní financování rozvoje podnikání. Praha: GRADA Publishing. ISBN 978-80-247-1835-4.

BREALEY, R.A.-MYERS, S.C.2000. Teorie a praxe firemních financí. Praha: Computer Press. ISBN 80-7226-189-4.

KISLINGEROVÁ, E. a kol.2010. Manažerské finance. Praha: C.H.BECK, 2010. ISBN 978-80-7400-194-9.

KOTULIČ, R. , a kol. 2007. Finančná analýza podniku. Bratislava: IURA EDITION. ISBN 978-80-8078-117-0.

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

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 28

abs	neabs
100.0	0.0

Vyučujúci: prof. Ing. Viktória Bobáková, CSc., Ing. Eva Mihaliková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 30.04.2014

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita P. J. Šafárika v Košiciach	
Fakulta:	
Kód predmetu: KVPD/PPVSR-d/14	Názov predmetu: Pracovnoprávne vzťahy v SR
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 1 / 1 Za obdobie štúdia: 14 / 14 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	
Stupeň štúdia: N	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: úspešne absolvovaný test (písomka), klasifikovaný zápočet	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu študent získa vedomosti o základných pracovnoprávných inštitútoch výkonu závislej práce v rámci pracovnoprávných vzťahov a právnych inštitútov služieb zamestnanosti. Zároveň nadobudne vedomosti o právnych aspektoch štátnozamestnaneckého pomeru, ako aj výkonu prác vo verejnom záujme.	
Stručná osnova predmetu: Pracovné právo (pojem, predmet, funkcie a systém) Pramene pracovného práva. Pracovnoprávne vzťahy – charakteristika, klasifikácia Právne vzťahy na úseku služieb zamestnanosti. Pracovný pomer – vznik, zmena, skončenie pracovného pomeru Dohody o prácach vykonávaných mimo pracovného pomeru Základné povinnosti zamestnancov. Pracovná disciplína. Pracovný čas. Doba odpočinku. Prekážky v práci. Dovoľenka Podniková sociálna politika.. Zodpovednosť v pracovnom práve. Kolektívne pracovné právo. Výkon práce vo verejnom záujme. Štátnozamestnanecký pomer.	
Odporúčaná literatúra: BARANCOVÁ, H. – SCHRUNK, R.: Pracovné právo, Sprint v.fra Bratislava, 2. rozšírené vydanie, 2012 HURKA, Petr. a kol.: Pracovní právo, Aleš Čeněk, 2011	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský alebo anglický	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov	
Celkový počet hodnotených študentov: 20	
abs	neabs
100.0	0.0
Vyučujúci: JUDr. Vladimíra Žofčinová, PhD.	
Dátum poslednej zmeny: 30.04.2014	
Schválil:	

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: Univerzita P. J. Šafárika v Košiciach	
Fakulta:	
Kód predmetu: KEaRVS/ZM-d/14	Názov predmetu: Základy marketingu
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 1 / 1 Za obdobie štúdia: 14 / 14 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	
Stupeň štúdia: N	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie: prezentácia a obhajoba semestrálneho projektu – max. 100 bodov, minimálny počet bodov 51. Predmet je hodnotený klasifikovaným zápočtom.	
Výsledky vzdelávania: Po úspešnom absolvovaní predmetu študent ovláda základné teoretické poznatky moderného marketingu. Okrem toho má osvojené pojmové ako aj metodické inštrumentárium používané v rámci procesu marketingového riadenia, analýzy trhu a vymedzenia prvkov marketingového mixu. Študent dokáže objasniť možnosti používania marketingových nástrojov a metód nie len v komerčnom prostredí podnikov, ale aj v prostredí inštitúcií verejného sektora – v školstve, zdravotníctve, kultúre. Prezentované teoretické poznatky môže študent využiť v praxi pri uplatňovaní marketingových koncepcií v rámci špecifik potenciálneho pracovného prostredia.	
Stručná osnova predmetu: 1. Teoretické východiská koncepcií moderného marketingu a jeho postavenie v spoločnosti, pojmy, definície. 2. Analýza marketingového makro a mikro prostredia. 3. Segmentácia trhu a nákupné správanie spotrebiteľov a organizácií. 4. Marketingový výskum a marketingový informačný systém. 5. Rôzne prístupy k tvorbe marketingového mixu, produkt ako základný prvok marketingového mixu. 6. Cenová politika a cenové stratégie, faktory ovplyvňujúce rozhodovanie o cenách. 7. Distribučná politika a logistika. 8. Marketingová komunikácia a marketingový komunikačný mix. 9. Marketingové plánovanie. 10. Aplikácia marketingu v školstve – špecifiká marketingového inštrumentária v riadení škôl a školských zariadení v Slovenskej republike. 11. Aplikácia marketingu v zdravotníctve – charakteristika a špecifiká pôsobenia inštitúcií v sektore zdravotníctva, aplikácia vhodných marketingových nástrojov. 12. Aplikácia marketingu v kultúre – „art marketing“, špecifiká marketingového mixu múzeí, galérií, divadiel; sponzoring v umení.	
Odporúčaná literatúra:	

1. BOBÁKOVÁ, Viktória a kol. 2015. Ekonomicko-právne aspekty podnikania (vybrané kapitoly). Košice: UPJŠ v Košiciach. ISBN 978-80-8152-301-4. 2. ČISÁRIK, Peter a Zuzana HRABOVSKÁ. 2012. Vybrané kapitoly z marketingu služieb a teritoriálneho marketingu. Košice: UPJŠ, 2012. ISBN 978-80-7079-937-2. 3. KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. 2004. Marketing. Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-0513-3 4. KOTLER, Philip a kol. 2007. Moderní marketing. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský alebo anglický	
Poznámky:	
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 23	
abs	neabs
100.0	0.0
Vyučujúci: Ing. Zuzana Hrabovská, PhD.	
Dátum poslednej zmeny: 30.04.2014	
Schválil:	