



---

## **Biz4Fun –Let’s have fun with the business start-up**

**ERASMUS + 2018-1-SK01-KA202-046271**

# **Ako vytvoriť úspešný podnik**

## ***Osnova a obsah kurzu***



**KA2 Strategic Partnership**

**OBSAH**

1	ÚČEL KURZU .....	3
2	LICENCIA.....	3
3	CIEĽ KURZU.....	4
4	POSTUPY KURZU.....	4
5	TECHNICKÉ POŽIADAVKY' /PODPORA:.....	4
6	POSTUP ABSOLVOVANIA KURZU.....	5
7	ŠTUDIJNÝ PLÁN KURZU a VZOR UČEBNÉHO SCENÁRA .....	5
7.1	VÝSTUPY UČENIA .....	8
8	NÁČRT KURZU .....	10
8.1	Kurz 1 ÚVOD DO PODNIKANIA .....	10
8.2	Kurz 2. PODNIKATEĽSKÉ PRÍLEŽITOSTI A TRHOVÉ TRENDY VO VAŠOM ŠTÁTE A V EURÓPE .....	12
8.3	Kurz 3. PODNIKATEĽSKÉ MODELÝ .....	14
8.4	Kurz 4. PODNIKATEĽSKÝ PLÁN .....	16
8.5	Kurz 5. NÁSTROJE SPOLUPRÁCE V OBLASTI NAVRHOVANIA, RESP. INOVOVANIA PODNIKATEĽSKÉHO MODELU .....	18
8.6	Kurz 6. MARKETING .....	20
8.7	Kurz 7. DIGITÁLNY MARKETING.....	22
8.8	Kurz 8. ANALÝZA NAJLEPŠÍCH TRHOVÝCH STRATÉGIÍ PRE MALÉ PODNIKY ..	24
8.9	Kurz 9. FINANČNÝ MANAŽMENT.....	26
8.10	Kurz 10. RIADENIE ĽUDSKÝCH ZDROJOV .....	28

## Ako vytvoriť úspešný podnik

### *Osnova a obsah kurzu*

#### **1** ÚČEL KURZU

Chcete rozbehnúť, resp. rozšíriť svoj vlastný podnik, preniknúť na zahraničné trhy alebo zabrániť bankrotu?

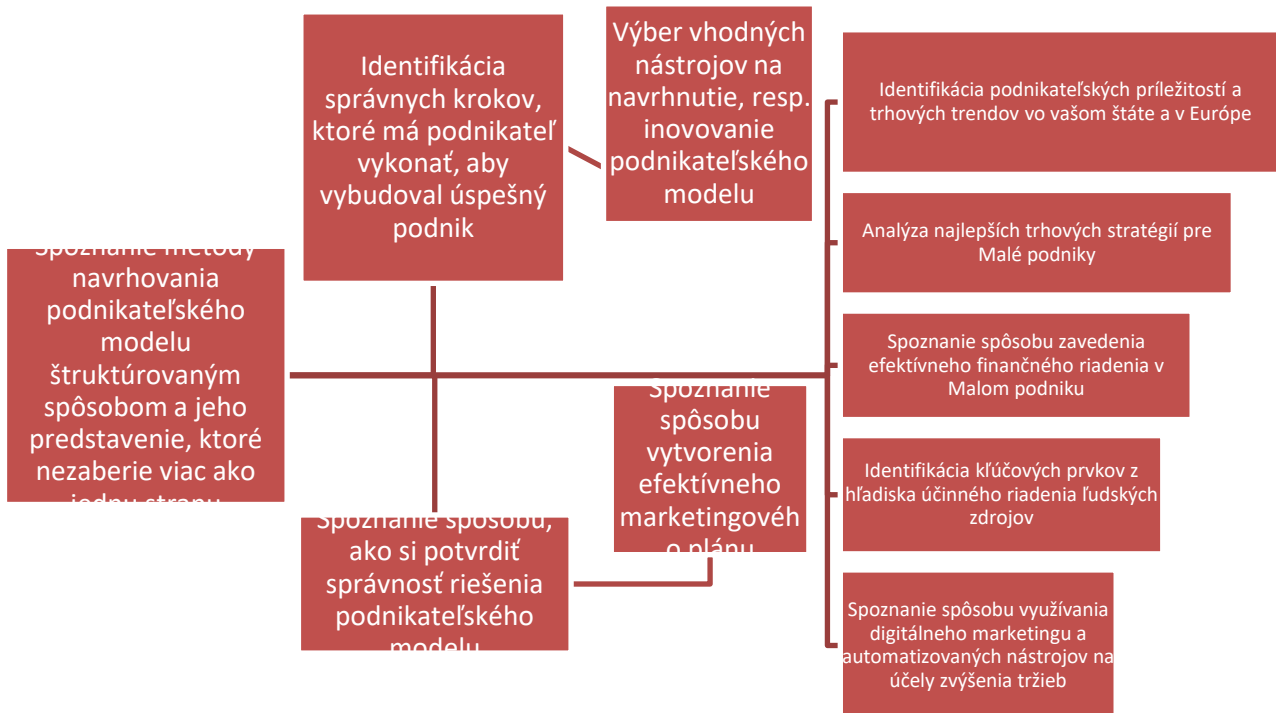
V tomto kurze podnikania a riadenia sa naučíte kľúčové koncepcie a kroky potrebné pri navrhovaní alebo inovovaní vlastného podnikateľského modelu. Dozviete sa niečo o kompromisoch, ktoré pri tom treba urobiť, ako aj o projektových problémoch, ktoré sú kritické z hľadiska životaschopného a trvalo udržateľného podnikateľského modelu.

Tento kurz vám pomôže zodpovedať otázky typu „Ako vytvorím štruktúrovaným spôsobom jednoduchý podnikateľský model?“ a „Ako oslovím používateľov a vytvorím hodnotu pre svojich zákazníkov, resp. ako vygenerujem výnosy pre svoju spoločnosť?“

#### **2** LICENCIA

*Materiály tohto kurzu sú chránené autorským právom v rámci projektu „BIZ4FUN – Zabavme sa s podnikateľským start-upom“ (ERASMUS + 2018-1-SK01-KA202-046271) a povolenie na jeho používanie bolo vydané v súlade s Medzinárodnou licenciou typu Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike (CC-BY-NC-SA), verzia 4.0.*

### 3 CIEĽ KURZU



### 4 POSTUPY KURZU

Všetci študenti musia byť v rámci svojich akademických štúdií čestní a úprimní. Študent, ktorý sfaľuje výsledky výskumu, zneužije výraz alebo nápad niekoho iného, podvára v rámci zadania, resp. umožní inej osobe takéto konanie alebo jej pri ňom pomáha, poškodzuje proces vzdelávania. Od študentov sa očakáva, že budú pracovať samostatne a že nebudú poskytovať ani prijímať neoprávnenú pomoc. Akékoľvek porušenie týchto štandardov môže viesť k automatickému vylúčeniu z kurzu bez udelenia kreditu, resp. bez náhrady výdavkov.

Kurz by mal prebiehať v tichom prostredí bez rušivých vplyvov.

### 5 TECHNICKÉ POŽIADAVKY /PODPORA:

Kurz je kompatibilný s väčšinou základných internetových prehliadačov. Odporúča sa vysokorýchlostné internetové pripojenie.

## 6 POSTUP ABSOLVOVANIA KURZU

Účastník získa za tento kurz kredit v prípade, že vykoná 100 % činností tohto kurzu s uspokojivými výsledkami a že na kurze strávi potrebné minimálne množstvo času. Ak lektor vyhodnotí niektoré zadanie ako neuspokojivé, študent ho musí opraviť a opätovne predložiť v termíne, ktorý určí lektor. K činnostiam kurzu patria príspevky do diskusného panela, čítanie, študijné skupiny, činnosti a krátke kvízy. Kvízy daného modulu treba absolvovať na úrovni 100 %. Kvízy môžete opakovať dovtedy, kým nebude váš postup úspešný.

Po dokončení kurzu dostanú všetci študenti osvedčenie o jeho vykonaní.

## 7 ŠTUDIJNÝ PLÁN KURZU A VZOR UČEBNÉHO SCENÁRA

1. **Úvod do podnikania** – teoretické kurzy.
2. **Podnikateľské príležitosti a trhové trendy vo vašom štáte a v Európe** – teoretickým cieľom tejto učebnej látky je naučiť sa, ako identifikovať a analyzovať podnikateľské príležitosti v korelácii so správaním spotrebiteľa.
3. **Podnikateľské modely** – teoretickým cieľom tejto učebnej látky je naučiť sa, ako navrhovať podnikové toky na strategickej úrovni v záujme odovzdania hodnoty zákazníčkovi.
4. **Podnikateľský plán** – praktické kurzy.
5. **Podporné nástroje pri navrhovaní, resp. inovovaní podnikateľského modelu** – teoretickým cieľom tejto učebnej látky je naučiť sa, ako vytvoriť, odovzdať, resp. získať hodnotu pre spoločnosť a pre zákazníka pomocou nových a moderných technológií.
6. **Marketing** – praktické kurzy.
7. **Digitálny marketing** – praktické kurzy.
8. **Analýza najlepších marketingových stratégií pre Malé podniky** – teoretickým cieľom tejto učebnej látky je naučiť sa, ako identifikovať a zvoliť správnu marketingovú stratégiu, ktorá najlepšie vyhovuje cieľom navrhovaného podniku.
9. **Finančné riadenie** – praktické kurzy.
10. **Riadenie ľudských zdrojov** – praktické kurzy.

### Vzor učebného scenára

Základné údaje príslušnej lekcie

<b>Predmet</b>	
<b>Názov lekcie</b>	

<b>Predpoklady</b>	
<b>Predmet</b>	
<b>Téma</b>	
<b>Vedomosti</b>	

<b>Zoznam činností/materiál</b>		
<b>Názov</b>	<b>Krátky popis</b>	<b>Typ</b>

<b>Relevantné témy</b>	
<b>Názov učebnej látky</b>	<b>Popis súvislosti</b>

<b>Pedagogické metódy (vyberte príslušnú možnosť)</b>
<input type="checkbox"/> Koncepčné mapovanie <input type="checkbox"/> Techniky participatívneho učenia v akcii (PLA – Participatory Learning in Action) <input type="checkbox"/> Kladenie otázok <input type="checkbox"/> Trénovanie a precvičovanie

<input type="checkbox"/> Príručky
<input type="checkbox"/> Hry
<input type="checkbox"/> Rozprávania príbehov
<input type="checkbox"/> Simulácie
<input type="checkbox"/> Hranie rolí
<input type="checkbox"/> Diskusia
<input type="checkbox"/> Činnosti v malých skupinách
<input type="checkbox"/> Činnosti v sociálnych médiách (Facebook, Twitter, Youtube)
Iné:
<b>Popis 3D činnosti (jedna tabuľka pre jednu činnosť – urobte si potrebný počet kópií)</b>
<b>Ciele 3D činnosti</b>
<b>Kľúčové slová</b>
<b>Trvanie 3D činnosti</b>
<b>Učenie</b> <b>Činnosť</b> <b>Popis</b>
<b>Posúdenie</b>
<b>Grafický popis</b>
<b>Informačný text</b> -

<b>Pracovné pokyny</b>
<b>Info</b>

<b>Literatúra</b>

## 7.1 VÝSTUPY UČENIA

V zmysle schopnosti vytvoriť úspešný podnik bude študent vedieť:

- používať nové nástroje a technológie na propagovanie podniku pre rôzne typy záujmových skupín;
- vyhľadať, vybrať a vytvoriť najvhodnejší podnikateľský model, ktorý z ekonomického hľadiska najviac vyhovuje jeho navrhovaným cieľom a potrebám;
- identifikovať atraktívny trh, ktorý je možné dosiahnuť hospodárnym spôsobom;
- používať podnikovú automatizáciu ako inovatívny nástroj navrhovania nového podnikateľského modelu;

V zmysle preukázania toho, do akej miery bol pochopený spôsob vytvorenia úspešného podniku, bude študent vedieť:

- navrhnuť vhodný podnikateľský model;
- rozpoznať modely financovania vhodné pre jeho/jej podnikateľskú kariéru;



- odkomunikovať efektívne stručné predstavenie v záujme získania podpory pre daný podnik;
- vytvoriť dobre prezentovaný podnikateľský plán, ktorý je pre daného študenta uskutočniteľný;
- vytvoriť viacúčelovú marketingovú stratégiu;

## 8 NÁČRT KURZU

### 8.1 Kurz 1 ÚVOD DO PODNIKANIA

1	<b>Typ</b>	Teoretické
2	<b>Popis kurzu</b>	Hlavným cieľom je šíriť podnikateľskú kultúru medzi mladými ľuďmi a prostredníctvom aktivácie uplatňovania poznatkov v praxi rozvíjať podnikateľské správanie. Kurz bude predstavovať súbor informácií, ktoré umožnia vytvoriť učebné materiály zamerané na kľúčové oblasti start-upov, ako sú: vytvorenie podnikateľského nápadu; zostavenie tímu; vytvorenie podnikateľského plánu; zákazníci, tržby a marketing; formy investícií atď.
3	<b>Európsky kvalifikačný rámec (EKV)</b>	3
4	<b>Náplň vyučovacej aktivity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• podpora podnikania a/alebo prenos inovácií do praxe;</li> <li>• spôsob výberu podnikateľského modelu;</li> <li>• strategický výstup;</li> </ul>
5	<b>Pedagogické modely, stratégie a IT nástroje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• typ obsahu: Otvorené vzdelávacie zdroje (OER – Open Educational Resources), príručky, videá;</li> <li>• metodiky a techniky: kolaboratívne učenie, pološtruktúrované a voľné diskusie, participatívne učenie v akcii (PLA);</li> <li>• IT prostredia a nástroje: koncepčné mapovanie, tréning a precvičovanie, sociálne sieťovanie;</li> </ul>
6	<b>Jazyk kurzu</b>	EN a preklady
7	<b>Názvy lekcií</b>	určí sa neskôr
8	<b>Osoba vykonávajúca dohľad</b>	UPAT – PANEPISTIMIO PATRON (EL)

9	<b>Režim poskytovania</b>	on-line vyučovanie
10	<b>Výstupy učenia</b>	Teoretickým cieľom tejto učebnej látky je pochopiť koncepciu podnikania a identifikovať potreby projektu.
11	<b>Metódy posudzovania</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prípadové štúdie;</li> <li>• kritická reflexia;</li> </ul>
12	<b>Spätná väzba na účely vyhodnotenia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dotazníky;</li> </ul>
13	<b>Odporúčaná alebo požadovaná literatúra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Drucker PF (1993) Innovation and entrepreneurship: practice and principles (Inovácie a podnikanie: prax a princípy). HarperCollins, New York.</li> <li>• Alvarez, S.A., Busenitz, L.W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory (Teória podnikania na báze zdrojov). Journal of Management.</li> <li>• Kuratko, D. (2009). Introduction to Entrepreneurship (Úvod do podnikania). South Western Educational Publishing.</li> </ul>

## 8.2 Kurz 2. PODNIKATELSKÉ PRÍLEŽITOSTI A TRHOVÉ TRENDY VO VAŠOM ŠTÁTE A V EURÓPE

1	<b>Typ</b>	Teoretický
2	<b>Popis kurzu</b>	Cieľom kurzu v oblasti podnikateľských príležitostí a trhových trendov vo vašom štáte a v Európe, ktorý predstavuje integráciu aspektov marketingu, manažmentu a financií, je poskytnúť poznatky a rozvinúť schopnosti potrebné pri identifikovaní príležitostí v trhových trendoch formou zapájania študentov do simulácií, rozpoznávacích cvičení a skupinovej práce za účelom odhalenia hospodárskych, sociálnych a politických megatrendov tak v ich štáte ako aj v Európe.
3	<b>Európsky kvalifikačný rámec (EKV)</b>	4
4	<b>Náplň vyučovacej aktivity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• administratívny proces a potenciálne riziká;</li> <li>• segmentácia spotrebiteľov;</li> <li>• analýza nákupných podmienok;</li> <li>• analýza priamych a nepriamych konkurentov;</li> <li>• analýza komplementárnych produktov a služieb;</li> </ul>
5	<b>Pedagogické modely, stratégie a IT nástroje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• typ obsahu: Otvorené vzdelávacie zdroje (OER – Open Educational Resources), príručky, videá;</li> <li>• metodiky a techniky: kolaboratívne učenie, pološtruktúrované a voľné diskusie, participatívne učenie v akcii (PLA); výskum spoza stola;</li> <li>• IT prostredia a nástroje: kvízy, koncepčné mapovanie, sociálne sieťovanie;</li> </ul>
6	<b>Jazyk kurzu</b>	EN a preklady
7	<b>Názvy lekcií</b>	určí sa neskôr
8	<b>Osoba vykonávajúca dohľad</b>	SPU – Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre (SK), SBA – Slovak Business Agency (SK), EUC – Edu Consulting, z.ú (CZ), CTE – Asociatia Centrul de Training

		European (RO), UPAT – PANEPISTIMIO PATRON (EL), EGINA - European Grants International Academy S.R.L. (IT), MNLA – Akdeniz Naturel Yaşam Derneği (TR)
9	<b>Režim poskytovania</b>	on-line vyučovanie
10	<b>Výstupy učenia</b>	Teoretickým cieľom tejto učebnej látky je naučiť sa, ako identifikovať a analyzovať podnikateľské príležitosti v korelácii so správaním spotrebiteľa.
11	<b>Metódy posudzovania</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prípadové štúdie;</li> <li>• samohodnotenie;</li> <li>• praktický projekt;</li> <li>• preskúšanie;</li> </ul>
12	<b>Spätná väzba na účely vyhodnotenia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dotazníky;</li> <li>• spätná väzba od študentov prostredníctvom stretnutí skupín zameraných na určitú oblasť;</li> </ul>
13	<b>Odporúčaná alebo požadovaná literatúra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gibson I., Rosen D., Stucker B. (2015) Business Opportunities and Future Directions (Podnikateľské príležitosti a budúce smerovanie). V: Additive Manufacturing Technologies. Springer, New York, NY.</li> <li>• Chesbrough, H. (2010). Business Model Innovation: Opportunities and Barriers (Inovácie podnikateľského modelu: príležitosti a prekážky). Long Range Planning, zväzok 43, vydania 2–3, str. 354-363.</li> <li>• Brandon A. Mueller, Dean A. Shepherd (2016). Making the Most of Failure Experiences: Exploring the Relationship between Business Failure and the Identification of Business Opportunities (Čo najväčšie poučenie z neúspechu: odhalenie vzťahu medzi podnikateľským neúspechom a identifikáciou podnikateľských príležitostí). Entrepreneurship Theory and Practice, zväzok: 40 vydanie: 3, str. 457-487.</li> </ul>

### 8.3 Kurz 3. PODNIKATEĽSKÉ MODELY

1	<b>Typ</b>	Teoretický
2	<b>Popis kurzu</b>	Cieľom kurzu podnikateľských modelov navrhnutého vo forme prístupu k osobným, resp. firemným výzvam je identifikovať a komunikovať kľúčové prvky podnikateľského modelu, posilniť schopnosť výberu vhodného podnikateľského modelu v záujme dosiahnutia cieľov a priblížiť sa k strategickému výstupu ako kľúčovému atribútu podnikania interaktívnym spôsobom a s využitím širokej palety vyučovacích zdrojov.
3	<b>Európsky kvalifikačný rámec (EKV)</b>	5
4	<b>Náplň vyučovacej aktivity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozličné typy podnikateľských modelov;</li> <li>• spôsob výberu podnikateľského modelu;</li> <li>• strategický výstup;</li> </ul>
5	<b>Pedagogické modely, stratégie a IT nástroje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• typ obsahu: Otvorené vzdelávacie zdroje (OER), príručky;</li> <li>• metodiky a techniky: kladenie otázok, pološtruktúrované a voľné diskusie;</li> <li>• IT prostredia a nástroje: kvízy, koncepčné mapovanie;</li> </ul>
6	<b>Jazyk kurzu</b>	EN a preklady
7	<b>Názvy lekcií</b>	určí sa neskôr
8	<b>Osoba vykonávajúca dohľad</b>	SPU – Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre (SK)
9	<b>Režim poskytovania</b>	on-line vyučovanie
10	<b>Výstupy učenia</b>	Teoretickým cieľom tejto učebnej látky je naučiť sa, ako navrhovať podnikové toky na strategickej úrovni v záujme odovzdania hodnoty zákazníčkovi.

11	<b>Metódy posudzovania</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prípadové štúdie;</li> <li>• samohodnotenie;</li> </ul>
12	<b>Spätná väzba na účely vyhodnotenia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dotazníky;</li> <li>• spätná väzba od študentov prostredníctvom stretnutí skupín zameraných na určitú oblasť;</li> </ul>
13	<b>Odporúčaná alebo požadovaná literatúra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spiekermann, S., Acquisti, A., Böhme, R. et al. Electron Markets (2015) 25: 161. <a href="https://doi.org/10.1007/s12525-015-0191-0">https://doi.org/10.1007/s12525-015-0191-0</a>.</li> <li>• Täuscher K., Sven S.M. (2018). Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces (Pochopenie podnikateľských modelov na báze platformy: Štúdium trhovísk pomocou kombinácie viacerých metód). European Management Journal, zväzok 36, vydanie 3, str. 319-329.</li> <li>• Wirtz, B., Pistoia A., Ullrich S., Göttel V. (2015). Business Models: Origin, Development and Future Research Perspectives (Podnikateľské modely: pôvod, vývoj a perspektívy budúceho výskumu). Long Range Planning, zväzok 49, vydanie 1, str. 36-54.</li> </ul>

#### 8.4 Kurz 4. PODNIKATEĽSKÝ PLÁN

1	<b>Typ</b>	Praktický
2	<b>Popis kurzu</b>	Kurz obsahuje všetky aspekty podnikania od prípravy základného podnikateľského plánu cez zostavovanie tímu a získavanie financií až po marketing.
3	<b>Európsky kvalifikačný rámec (EKV)</b>	4
4	<b>Náplň vyučovacej aktivity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vytvorenie úspešného podnikateľského plánu;</li> <li>• spôsob založenia obchodnej spoločnosti a riadenia finančných záležitostí;</li> <li>• strategický výstup;</li> </ul>
5	<b>Pedagogické modely, stratégie a IT nástroje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• typ obsahu: Otvorené vzdelávacie zdroje (OER), príručky;</li> <li>• metodiky a techniky: kladenie otázok, pološtruktúrované a voľné diskusie;</li> <li>• IT prostredia a nástroje: kvízy, koncepčné mapovanie;</li> </ul>
6	<b>Jazyk kurzu</b>	EN a preklady
7	<b>Názvy lekcií</b>	určí sa neskôr
8	<b>Osoba vykonávajúca dohľad</b>	EGINA – European Grants International Academy S.R.L. (IT)
9	<b>Režim poskytovania</b>	on-line vyučovanie
10	<b>Výstupy učenia</b>	Praktickým cieľom tejto učebnej látky je naučiť sa, ako navrhovať podnikové toky na strategickej úrovni v záujme odovzdania hodnoty zákazníčkovi a ako identifikovať prístupy spolupráce a potrebu rekonštrukcie zariadení. Jej súčasťou je aj manažérsky prístup k podnikateľskému plánu.



11	<b>Metódy posudzovania</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prípadové štúdie;</li> <li>• samohodnotenie;</li> <li>• preskúšanie;</li> </ul>
12	<b>Spätná väzba na účely vyhodnotenia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dotazníky;</li> </ul>
13	<b>Odporúčaná alebo požadovaná literatúra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Shepherd, D. A. 1999. Venture capitalists' introspection: A comparison of "in use" and "espoused" decision policies (Detailný pohľad na podnikateľov v kapitalizme: Porovnanie „zavedených“ a „vnútorne prijatých“ rozhodovacích postupov). Journal of Small Business Management, 37(2): 76 – 87.</li> <li>• Baron, R. A. 2008. The role of affect in the entrepreneurial process (Úloha afektu v procese podnikania). Academy of Management Review, 33: 328 – 340.</li> <li>• Burns, P. 2001. Entrepreneurship and Small Business (Podnikanie a malý podnik). Basingstoke: Palgrave.</li> </ul>

## 8.5 Kurz 5. NÁSTROJE SPOLUPRÁCE V OBLASTI NAVRHOVANIA, RESP. INOVOVANIA PODNIKATELSKÉHO MODELU

1	<b>Typ</b>	Teoretický
2	<b>Popis kurzu</b>	Kurz nástrojov v oblasti navrhovania, resp. inovovania podnikateľského modelu poskytuje študentom prehľad o najbežnejších podnikateľských modeloch, výzvach v digitálnej ére a príležitostiach, ktoré ponúkajú nové technológie, a to v záujme zvýšenia efektívnosti podnikateľských modelov, ktoré si študenti vybrali pre svoje podnikanie.
3	<b>Európsky kvalifikačný rámec (EKV)</b>	6
4	<b>Náplň vyučovacej aktivity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• porovnanie podnikateľských modelov</li> <li>• posúdenie podnikateľského modelu</li> <li>• moderné nástroje pre inovovanie podniku (podnikateľské automatizácie a platformy)</li> </ul>
5	<b>Pedagogické modely, stratégie a IT nástroje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• typ obsahu: Otvorené vzdelávacie zdroje (OER), príručky</li> <li>• metodiky a techniky: kolaboratívne učenie, pološtruktúrované a voľné diskusie, participatívne učenie v akcii (PLA)</li> <li>• IT prostredia a nástroje: kvízy, koncepčné mapovanie, tréningovanie a precvičovanie</li> </ul>
6	<b>Jazyk kurzu</b>	EN a preklady
7	<b>Názvy lekcií</b>	určí sa neskôr
8	<b>Osoba vykonávajúca dohľad</b>	CTE – Asociatia Centrul de Training European (RO)
9	<b>Režim poskytovania</b>	on-line vyučovanie

10	<b>Výstupy učenia</b>	Teoretickým cieľom tejto učebnej látky je naučiť sa, ako vytvoriť, odovzdať, resp. získať hodnotu pre spoločnosť a pre zákazníka pomocou nových a moderných technológií.
11	<b>Metódy posudzovania</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prípadové štúdie;</li> <li>• samohodnotenie;</li> <li>• preskúšanie;</li> </ul>
12	<b>Spätná väzba na účely vyhodnotenia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dotazníky;</li> <li>• spätná väzba od študentov prostredníctvom stretnutí skupín zameraných na určitú oblasť;</li> </ul>
13	<b>Odporúčaná alebo požadovaná literatúra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schaltegger, S., Hansen, E., Lüdeke-Freund, F. (2015). Business Models for Sustainability: Origins, Present Research, and Future Avenues (Podnikateľské modely pre trvalú udržateľnosť: pôvod, momentálny výskum a budúce smerovanie). Organization &amp; Environment, zväzok: 29, vydanie: 1, str. 3-10.</li> <li>• Saebia, T., Fossab, N. J. (2015). Business models for open innovation: Matching heterogeneous open innovation strategies with business model dimensions (Podnikateľské modely pre otvorené inovácie: zosúladenie heterogénnych stratégií otvorených inovácií s rozmermi podnikateľských modelov). European Management Journal, zväzok 33, vydanie 3, str. 201-213.</li> <li>• Evans, S., Vladimirova, D., Holgado, M., Van Fossen, K., Yang, M., Silva, E., Barlow, C. Y. (2017). Business Model Innovation for Sustainability: Towards a Unified Perspective for Creation of Sustainable Business Models (Inovácie podnikateľského modelu pre trvalú udržateľnosť: Smerom k jednotnej perspektíve v záujme vytvorenia trvalo udržateľných podnikateľských modelov). Business Strategy and the Environment, zväzok 26, vydanie 5, str. 597-608.</li> </ul>

## 8.6 Kurz 6. MARKETING

1	<b>Typ</b>	Praktický
2	<b>Popis kurzu</b>	Cieľom kurzu Marketing je poskytnúť študentom kľúčové princípy v oblasti značky, orientácie na zákazníka, stratégií vstupu na trh a príležitostí na nahradenie starých marketingových techník novými v záujme využitia celého potenciálu v reklamných činnostiach.
3	<b>Európsky kvalifikačný rámec (EKV)</b>	4
4	<b>Náplň vyučovacej aktivity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pritiahnutie zákazníkov a ich aktivácia;</li> <li>• Marketingový mix;</li> <li>• Marketing rastu;</li> <li>• On-line marketing;</li> </ul>
5	<b>Pedagogické modely, stratégie a IT nástroje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• typ obsahu: Otvorené vzdelávacie zdroje (OER – Open Educational Resources), príručky, videá;</li> <li>• metodiky a techniky: kolaboratívne učenie, pološtruktúrované a voľné diskusie, participatívne učenie v akcii (PLA);</li> <li>• IT prostredia a nástroje: kvízy, koncepčné mapovanie, tréningovanie a precvičovanie, sociálne sieťovanie;</li> </ul>
6	<b>Jazyk kurzu</b>	EN a preklady
7	<b>Názvy lekcíí</b>	určí sa neskôr
8	<b>Osoba vykonávajúca dohľad</b>	EUC – Edu Consulting, z.ú (CZ)
9	<b>Režim poskytovania</b>	on-line vyučovanie
10	<b>Výstupy učenia</b>	Praktickým cieľom tejto učebnej látky je naučiť sa, ako propagovať, predávať a distribuovať produkt alebo

		službu v záujme získania pridanej hodnoty pre vašu spoločnosť.
11	<b>Metódy posudzovania</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prípadové štúdie;</li> <li>• samohodnotenie;</li> <li>• praktický projekt;</li> </ul>
12	<b>Spätná väzba na účely vyhodnotenia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dotazníky;</li> <li>• spätná väzba od študentov prostredníctvom stretnutí skupín zameraných na určitú oblasť;</li> </ul>
13	<b>Odporúčaná alebo požadovaná literatúra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kotler, P., Armstrong, G., Trifts, V., &amp; Cunningham, P. H. (2018). Principles of marketing (Marketingové princípy). Brantford, Ont.: W. Ross MacDonald School Resource Services Library.</li> <li>• Fill, C. (2013). Marketing communications: Brands, experiences and participation (Marketingová komunikácia: značky, skúsenosti a osobný vklad). Harlow: Pearson.</li> <li>• Lee, K., &amp; Carter, S. (2005). Global marketing and advertising: Understanding cultural paradoxes (Globálny marketing a reklama: pochopenie kultúrnych paradoxov). New York: Oxford University Press.</li> <li>• Malhotra, N. K. (2010). Study guide and technology manual: Marketing research an applied orientation (Návod k štúdiu a technologická príručka: marketingový prieskum a aplikovaná orientácia). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.</li> </ul>

## 8.7 Kurz 7. DIGITÁLNY MARKETING

1	<b>Typ</b>	Praktický
2	<b>Popis kurzu</b>	Kurz Digitálny marketing poskytuje rozšírený prístup k digitálnym nástrojom, ktoré majú na svedomí revolúciu vo svete marketingu, pretože presunuli ťažisko moci z firiem na spotrebiteľov; kurz okrem toho odhaľuje viaceré aspekty nového digitálneho marketingového prostredia.
3	<b>Európsky kvalifikačný rámec (EKV)</b>	4
4	<b>Náplň vyučovacej aktivity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• reklama na Facebooku;</li> <li>• Google AdWords;</li> <li>• obsahový marketing;</li> <li>• organické sociálne médiá;</li> </ul>
5	<b>Pedagogické modely, stratégie a IT nástroje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• typ obsahu: Otvorené vzdelávacie zdroje (OER), príručky, videá</li> <li>• metodiky a techniky: hranie rolí, pološtruktúrované a voľné diskusie, participatívne učenie v akcii (PLA), kolaboratívne učenie</li> <li>• IT prostredia a nástroje: kvízy, simulácie, rozprávanie príbehov, sociálne sieťovanie</li> </ul>
6	<b>Jazyk kurzu</b>	EN a preklady
7	<b>Názvy lekcií</b>	určí sa neskôr
8	<b>Osoba vykonávajúca dohľad</b>	CTE – Asociatia Centrul de Training European (RO); SBA – Slovak Business Agency (SK)
9	<b>Režim poskytovania</b>	on-line vyučovanie
10	<b>Výstupy učenia</b>	Teoretickým cieľom tejto učebnej látky je naučiť sa, ako využívať digitálne technológie (SEO, obsahový

		marketing, automatizácia obsahu, sociálne médiá, atď.) v záujme zapojenia ľudí a podpory povedomia o danom podniku.
11	<b>Metódy posudzovania</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• samohodnotenie;</li> <li>• praktický projekt;</li> <li>• partnerská kontrola;</li> </ul>
12	<b>Spätná väzba na účely vyhodnotenia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dotazníky;</li> <li>• spätná väzba od študentov prostredníctvom stretnutí skupín zameraných na určitú oblasť;</li> </ul>
13	<b>Odporúčaná alebo požadovaná literatúra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strauss, J., &amp; Frost, R. (2009). E-marketing. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.</li> <li>• Tuten, T. L., &amp; Solomon, M. R. (2018). Social media marketing (Marketing prostredníctvom sociálnych médií). Los Angeles: Sage.</li> <li>• Chaffey, D., &amp; Ellis-Chadwick, F. (2018). Digital Marketing (Digitálny marketing). Los Angeles: SAGE.</li> </ul>

## 8.8 Kurz 8. ANALÝZA NAJLEPŠÍCH TRHOVÝCH STRATÉGIÍ PRE MALÉ PODNIKY

1	<b>Typ</b>	Teoretický
2	<b>Popis kurzu</b>	Kurz Analýza najlepších trhových stratégií pre malé podniky poskytuje integrovaný prístup k marketingovým stratégiám a nástrojom v digitálnej ére, pričom zapája študentov do praktických cvičení, simulácií a prípadových štúdií.
3	<b>Európsky kvalifikačný rámec (EKV)</b>	4
4	<b>Náplň vyučovacej aktivity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• projektové myslenie a stratégia;</li> <li>• on-line reklama a sociálne médiá;</li> <li>• webová analytika a vizualizácia údajov;</li> <li>• Marketing pomocou vyhľadávacích nástrojov (SEM – Search Engine marketing);</li> </ul>
5	<b>Pedagogické modely, stratégie a IT nástroje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• typ obsahu: Otvorené vzdelávacie zdroje (OER – Open Educational Resources), príručky, videá;</li> <li>• metodiky a techniky: kolaboratívne učenie, pološtruktúrované a voľné diskusie, participatívne učenie v akcii (PLA); hranie rolí;</li> <li>• IT prostredia a nástroje: kvízy, koncepčné mapovanie, tréningovanie a precvičovanie, sociálne siet'ovanie, rozprávanie príbehov;</li> </ul>
6	<b>Jazyk kurzu</b>	EN a preklady
7	<b>Názvy lekcíí</b>	určí sa neskôr
8	<b>Osoba vykonávajúca dohľad</b>	CTE – Asociatia Centrul de Training European (RO); SPU – Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre (SK); EUC – Edu Consulting, z.ú (CZ)
9	<b>Režim poskytovania</b>	on-line vyučovanie



10	<b>Výstupy učenia</b>	Teoretickým cieľom tejto učebnej látky je naučiť sa, ako identifikovať a zvoliť správnu marketingovú stratégiu, ktorá najlepšie vyhovuje cieľom navrhovaného podniku.
11	<b>Metódy posudzovania</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prípadové štúdie;</li> <li>• samohodnotenie;</li> <li>• praktický projekt;</li> <li>• testy s viacerými možnosťami;</li> <li>• partnerská kontrola;</li> </ul>
12	<b>Spätná väzba na účely vyhodnotenia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dotazníky;</li> <li>• spätná väzba od študentov prostredníctvom stretnutí skupín zameraných na určitú oblasť;</li> </ul>
13	<b>Odporúčaná alebo požadovaná literatúra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anderson, James C. and James A. Narus (1984), A Model of the Distributor's Perspective of Distributor-Manufacturer Working Relationships (Model pracovného vzťahu distribútor – výrobca z pohľadu distribútora), Journal of Marketing, 48 (jeseň), 62.</li> <li>• Geyskens, Inge, Jan-Benedict E.M. Steenkamp, and Nirmalya Kumar (1998), Generalizations About Trust in Marketing Channel Relationships Using Meta-Analysis (Všeobecné teórie o dôvere vo vzťahoch v rámci marketingových kanálov s využitím meta-analýzy), International Journal of Research in Marketing, 15 (3), 223.</li> <li>• Young, Joyce A., Faye W. Gilbert, and Faye S. McIntyre (1996), An Investigation of Relationalism Across a Range of Marketing Relationships and Alliances (Prieskum relacionalizmu na veľkej vzorke vzťahov a aliancií), Journal of Business Research, 35 (2), 139-51.</li> </ul>

## 8.9 Kurz 9. FINANČNÝ MANAŽMENT

1	<b>Typ</b>	Praktický
2	<b>Popis kurzu</b>	Cieľom kurzu Finančný manažment je rozvinúť schopnosti študentov v oblasti plánovania a vyhodnocovania finančných zdrojov v súlade s podnikateľskými stratégiami a pochopenia kapitálových trhov a inštitúcií z finančného hľadiska, ako aj obsiahnuť základy strategického riadenia.
3	<b>Európsky kvalifikačný rámec (EKV)</b>	5
4	<b>Náplň vyučovacej aktivity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• finančné plánovanie, monitorovanie, vyhodnocovanie a učenie sa;</li> <li>• finančné riadenie;</li> <li>• spôsoby alokácie konkrétnych finančných zdrojov;</li> </ul>
5	<b>Pedagogické modely, stratégie a IT nástroje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• typ obsahu: Otvorené vzdelávacie zdroje (OER), príručky;</li> <li>• metodiky a techniky: riešenie problémov, pološtruktúrované a voľné diskusie, participatívne učenie v akcii (PLA);</li> <li>• IT prostredia a nástroje: kvízy, simulácie;</li> </ul>
6	<b>Jazyk kurzu</b>	EN a preklady
7	<b>Názvy lekcií</b>	určí sa neskôr
8	<b>Osoba vykonávajúca dohľad</b>	SBA – Slovak Business Agency (SK)
9	<b>Režim poskytovania</b>	on-line vyučovanie
10	<b>Výstupy učenia</b>	Praktickým cieľom tejto učebnej látky je naučiť sa, ako zistiť, ktorú formu kapitálu treba získať na financovanie aktív spoločnosti.

11	<b>Metódy posudzovania</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• samohodnotenie;</li> <li>• testy s viacerými možnosťami;</li> </ul>
12	<b>Spätná väzba na účely vyhodnotenia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dotazníky;</li> <li>• spätná väzba od študentov prostredníctvom stretnutí skupín zameraných na určitú oblasť;</li> </ul>
13	<b>Odporúčaná alebo požadovaná literatúra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grable, J.E., Park, J., Joo, S. (2009). Explaining financial management behavior for Koreans living in the United States (Objasnenie správania Kórejcov žijúcich v Spojených štátoch v oblasti finančného manažmentu), Journal of Consumer Affairs, 43(1): 80-105.</li> <li>• Parrotta, J.L., Johnson, P.J. (1998). The Impact Of Financial Attitudes And Knowledge On Financial Management And Satisfaction Of Recently Married Individuals (Dopad finančných postojov a znalostí o finančnom riadení a uspokojenie potrieb nedávno zosobášených párov), Financial Counseling and Planning, 9(2): 59-75.</li> <li>• Robb, C.A, Sharpe, D.L. (2009). Effect of personal financial knowledge on college students' credit card behavior (Účinok znalostí z oblasti osobných financií na správanie študentov ohľadne používania kreditných kariet), Journal of Financial Counseling and Planning, 20(1): 25- 43.</li> </ul>

### 8.10 Kurz 10. RIADENIE ĽUDSKÝCH ZDROJOV

1	<b>Typ</b>	Praktický
2	<b>Popis kurzu</b>	Cieľom kurzu Riadenie ľudských zdrojov je pomôcť žiakom, aby hlbšie pochopili základy ľudských zdrojov a aby vedeli zohľadniť alternatívne prístupy v oblasti riadenia a hodnotenia ľudských zdrojov daného podniku.
3	<b>Európsky kvalifikačný rámec (EKV)</b>	6
4	<b>Náplň vyučovacej aktivity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• duševný kapitál;</li> <li>• organizačné správanie a organizačná kultúra;</li> <li>• manažment talentov;</li> </ul>
5	<b>Pedagogické modely, stratégie a IT nástroje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• typ obsahu: Otvorené vzdelávacie zdroje (OER);</li> <li>• metodiky a techniky: hranie rolí, pološtruktúrované a voľné diskusie, participatívne učenie v akcii (PLA);</li> <li>• IT prostredia a nástroje: kvízy, simulácie;</li> </ul>
6	<b>Jazyk kurzu</b>	EN a preklady
7	<b>Názvy lekcií</b>	určí sa neskôr
8	<b>Osoba vykonávajúca dohľad</b>	MNLA – Akdeniz Naturel Yaşam Derneği (TR)
9	<b>Režim poskytovania</b>	on-line vyučovanie
10	<b>Výstupy učenia</b>	Praktickým cieľom tejto učebnej látky je naučiť sa, ako zvýšiť výkon zamestnancov a získať konkurenčnú výhodu na trhu.
11	<b>Metódy posudzovania</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• samohodnotenie;</li> <li>• praktický projekt;</li> <li>• partnerská kontrola;</li> </ul>
12	<b>Spätná väzba na účely vyhodnotenia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dotazníky;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"><li>• spätná väzba od študentov prostredníctvom stretnutí skupín zameraných na určitú oblasť;</li></ul>
13	<b>Odporúčaná alebo požadovaná literatúra</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Elkjaer, B. (2000). Learning and getting to know: the case of knowledge workers (Učenie a získavanie poznatkov: prípad poučených pracovníkov). Human Resource Development International, 3(3), 343-359.</li><li>• Schippman, J. S., Ash, R. A., Battista, M., Car, L., Eyde, L. D., Hesketh, B., Kehoe, J., Pearlman, K., Prien, E. P. &amp; Sanchez, J. I. (2000). The practice of competency modeling (Konkurenčné modelovanie v praxi). Personnel Psychology, 53(3), 703-740.</li><li>• Stewart, T. A. (1997). Intellectual capital: the new wealth of organizations (Duševný kapitál: nová devíza organizácií). Doubleday, New York.</li></ul>