

ODPORÚČANÝ ŠTUDIJNÝ PLÁN PRE ŠTUDENTOV DENNÉHO ŠTÚDIA Študijný program II. stupňa: podnikový obchod a marketing Študijný odbor: ekonómia a manažment					
Denné štúdium					
Predmety	Počet kreditov	Odporúčaný študijný program (týždenná výmera hodín podľa semestra)			
		1. ročník		2. ročník	
		1.	2.	3.	4.
Nákup a predaj	6	2/2s			
Obchodné operácie	6	2/2s			
Spotrebiteľské a občianske právo	6	2/2s			
Marketingový manažment	6	2/2s			
Povinne voliteľný predmet I	5	2/2s			
Výberový predmet I	3	0/2s			
Distribučný manažment	6		2/2s		
Spotrebiteľské správanie	6		2/2s		
Informačné systémy v marketingu	6		2/2s		
Platobný styk	6		2/2s		
Povinne voliteľný predmet II	5		2/2s		
Výberový predmet II	3		0/2s		
Retail Manažment	6			2/2s	
Cenová politika v obchode a marketingu	6			2/2s	
Marketingové analýzy a prognózy	6			2/2s	
Ochrana a bezpečnosť dát v IS	6			2/2s	
Povinne voliteľný predmet III	5			2/2s	
Seminár k záverečnej práci 1	2			0/2z	
Spotrebiteľské teórie a reálie	6				2/2s
Marketingová komunikácia a sociálne siete	6				2/2s
Zelený marketing	5				2/2s
Seminár k záverečnej práci 2	2				0/2z
Záverečná práca a jej obhajoba	4				-s
Štátna skúška – Obchod a marketing	3				-s
Spolu povinné predmety	93				
Povinne voliteľné predmety 1, 2, 3	15				
Výberové predmety 1, 2	6				
Počet kreditov spolu	121	32	32	31	26
Počet kreditov jadra	89				

<i>Predmety</i>	<i>Počet kreditov</i>	<i>Odporúčany študijný program</i> <i>(týždenná výmera hodín podľa semestra)</i>			
		1. ročník		2. ročník	
		1.	2.	3.	4.
Povinne voliteľný predmet I	5	2/2s			
Integrovaná marketingová a podniková komunikácia					
Riziko v podniku					
Manažérske rozhodovanie					
Ekonomická analýza obchodného podniku					
Povinne voliteľný predmet II	5		2/2s		
Organizačné správanie					
Medzinárodné podnikanie					
E-business, E-commerce					
Ochrana spotrebiteľa					
Povinne voliteľný predmet III	5			2/2s	
Komunikačné a manažérske spôsobilosti					
Manažment ľudských zdrojov					
Nové trendy v marketingu					
Medzinárodné štandardy finančného vykazovania IFRS					
Výberový predmet I	3	0/2s			
Podnikateľská etika					
Event marketing					
Internetová komunikácia					
Odbytová stratégia					
Výberový predmet II	3		0/2s		
Direct Marketing					
Public Relations					
Digitálny marketing					
Inovácie v obchodnej praxi					

Študent si vyberá zo skupiny PVP a VP po 1 predmete v každom semestri podľa vlastnej preferencie.