

AKREDITOVANÉ ŠTUDIJNÉ PROGRAMY OBCHODNEJ FAKULTY EU V BRATISLAVE PRE 2. STUPEŇ ŠTÚDIA

Akreditované študijné programy **2. stupňa štúdia** v študijnom odbore **8. Ekológia a manažment**

- **Marketingový a obchodný manažment** - denná i externá forma
- **Manažment medzinárodného obchodu** – denná forma
- **Manažment cestovného ruchu** - denná forma

Obchodná fakulta EU **pre akademický rok 2022/2023** bude prijímať nasledovný počet uchádzačov o štúdium v týchto študijných programoch 2. stupňa štúdia:

Študijný program	Forma štúdia	Počet uchádzačov
Marketingový a obchodný manažment	denné štúdium	max. 130
Marketingový a obchodný manažment v anglickom jazyku	denné štúdium	min. 15
Marketingový a obchodný manažment	externé štúdium	max. 30
Manažment medzinárodného obchodu	denné štúdium	max. 100
Manažment cestovného ruchu	denné štúdium	max. 100
Manažment cestovného ruchu v anglickom jazyku	denné štúdium	min. 15

V študijných programoch 2. stupňa štúdia je možné študovať až po ukončení 1. stupňa štúdia! Všetci študenti, ktorí v akademickom roku 2021/2022 ukončia na Obchodnej fakulte EU bakalárske štúdium v niektorom študijnom programe, resp. uchádzači, ktorí ukončili bakalárske štúdium v roku 2021 alebo skôr a majú záujem študovať na 2. stupni štúdia, sú povinní si podať prihlášku na toto štúdium v termíne do 30. 4. 2022 a riadiť sa ďalej uvedenými pokynmi!

**UPLATNENIE ABSOLVENTOV
ŠTUDIJNÝCH PROGRAMOV 2. STUPŇA ŠTÚDIA**

Marketingový a obchodný manažment

Absolventi študijného programu marketingový a obchodný manažment na 2. stupni štúdia získajú profesijné kompetencie v oblasti tvorby, výkonu a riadenia procesov, nástrojov, operácií a systémov, ktoré dokážu diagnostikovať, analyzovať, plánovať, implementovať a kontrolovať na všetkých úrovniach marketingového a obchodného manažmentu. Absolventi nadobudnú poznatky o spôsoboch manažérskeho rozhodovania v marketingu a obchode z hľadiska strategických aspektov a manažmentu jednotlivých nástrojov marketingového mixu, interných firemných procesov a nástrojov a ich prispôsobovania sa zákazníkom a dynamike marketingového prostredia so zreteľom na dosiahnutie udržateľnej konkurenčnej výhody. Získajú poznatky o tvorbe a spôsoboch poskytovania hodnoty zákazníkom, kreovaní marketingových sietí a vzťahov so zákazníkmi a o prístupoch k budovaniu zamestnávateľskej značky vo väzbe na vývoj trhu. Nadobudnú znalosti o inovačných prístupoch k manažérskym nástrojom, operáciám a procesom. Zároveň dokážu analyzovať a implementovať big data na báze moderných manažérskych informačných systémov a informačno-komunikačných technológií v obchode a marketingu. Rozumejú tiež najnovším spoločenským trendom a ich významu pre implementáciu marketingových nástrojov a procesov a výkonu manažérskych funkcií v oblasti marketingu a obchodu na platforme trvalo udržateľného rozvoja a spoločenskej zodpovednosti v činnosti firiem. Absolventi študijného programu nájdu uplatnenie v podnikoch vo všetkých odvetviach priemyslu a obchodu, neziskových organizáciách a v podnikoch marketingových služieb, medzi ktoré patria reklamné a komunikačné agentúry, agentúry marketingového výskumu, agentúry digitálneho marketingu a/alebo poradenské spoločnosti. Uplatnia sa na takých pozíciách ako marketingový manažér, manažér pre rozvoj obchodu a priemyslu, riadiaci projektový manažér pre oblasť obchodu a priemyslu, vedúci analytik pre oblasť obchodu a priemyslu, manažér pre informovanie a komunikáciu, manažér výkonu obchodných opatrení, strategický nákupca, manažér pre plánovanie a stratégiu, riadiaci pracovník zmien, stratég v oblasti marketingovej komunikácie, digitálneho marketingu a sociálnych médií, riadiaci pracovník v oblasti informačných systémov v marketingu, riadiaci pracovník v oblasti starostlivosti o zákazníkov, riadiaci pracovník pre oblasť vzdelávania a rozvoja zamestnancov, audítor v oblasti manažmentu, marketingu a obchodu, kontrolér v oblasti manažmentu, marketingu a obchodu a poradca na pozíciách senior.

Manažment medzinárodného obchodu

Absolvent študijného programu je profilovaný ako osobnosť s vysokou úrovňou vzdelania, tvorivosti a spoločenskej zodpovednosti v oblasti manažmentu medzinárodného obchodu, techniky a riadenia zahraničnoobchodných operácií, medzinárodných platobných a finančných operácií i medzinárodných prepravných a logistických operácií ako aj riadenia príslušných rizík, ďalej vývojových tendencií na konkrétnych medzinárodných teritoriálnych alebo komoditných trhoch či zahraničnoobchodnej politiky. Absolvent študijného programu disponuje predpokladmi pre zvládanie náročných pracovných úloh potrebných pri úspešnom pôsobení v odborných, manažérskych alebo riadiacich pozíciách v podnikateľských subjektoch obchodujúcich a operujúcich na medzinárodných trhoch, v príslušných orgánoch štátnej správy, v ekonomickej a obchodnej diplomacii, v štruktúrach EÚ i v medzinárodných ekonomických organizáciách. Absolvent na báze hlbokých vedomostí inovatívne a tvorivo rieši problémy hospodárskej praxe, čo sa stáva v súčasnej etape globalizácie ťažiskovým predpokladom úspešnosti jeho pôsobenia v reálnom hospodárskom živote. Aj napriek ucelenému a relatívne širokému vzdelávaciemu záberu je absolvent špecializovaný na oblasť podnikovohospodárskych znalostí, ktoré je schopný kreatívne aplikovať v konkrétnych rozhodovacích situáciách. Na základe vyhodnocovania dosahovania plánovaných cieľov vie prijímať nové strategické rozhodnutia, berúc do úvahy rýchlo sa meniacu situáciu na medzinárodných trhoch a potrebu vedieť sa efektívne adaptovať a komunikovať.

Manažment cestovného ruchu

Absolventi študijného programu 2. stupňa vysokoškolského vzdelávania manažment cestovného ruchu sú kvalifikovaní vysokoškolsky vzdelaní manažéri cestovného ruchu schopní riadiť podnikové a národohospodárske procesy v cestovnom ruchu na regionálnej, celoštátnej aj medzinárodnej úrovni. Absolvent študijného programu manažment cestovného ruchu je schopný viesť tím pracovníkov s cieľom uplatňovať najnovšie teoretické poznatky vo všetkých procesoch riadenia. Základom pre rozhodovacie procesy sú analytické výstupy s cieľom koncepčného rozvoja činností v cestovnom ruchu v podmienkach digitalizácie. Interdisciplinárny, prierezový charakter cestovného ruchu si vyžaduje od absolventa potrebu pravidelne vyhodnocovať pôsobenie vplyvu externalít makroprostredia v podmienkach činnosti riadených jednotiek. Absolvent ovláda princípy udržateľného rozvoja cestovného ruchu v podmienkach ekonomickej efektívnosti, reflektuje spoločenskú zodpovednosť a nové environmentálne výzvy. Využíva jazykové znalosti odbornej komunikácie v obchodných vzťahoch na medzinárodnom trhu, je pripravený reflektovať medzinárodné trendy, aplikovať globálne digitálne platformy a manažérske systémy medzinárodných korporácií a reťazcov, aktívne pôsobiť v interkultúrnom prostredí. Absolvent má uvedené schopnosti, spôsobilosti a primerané zručnosti uplatňovať v praxi, na stupni podniku a podnikovej integrácie, v konkrétnych službách cestovného ruchu (hotelové podniky, gastro, catering a stravovanie, letecká, lodná a autobusová doprava, cestovné kancelárie), alebo v službách, ktoré s cestovným ruchom súvisia, na mestskej a regionálnej úrovni v orgánoch samosprávy, v destinačných marketingových a manažérskych organizáciách a v orgánoch štátnej správy vybraných ministerstiev SR, v inštitúciách Európskej únie, aj medzinárodných a svetových inštitúciách, v národných a medzinárodných profesijných a špecializovaných združeniach a asociáciách, v projektových, výskumných a poradenských agentúrach so špecializáciou na cestovný ruch.