

Študijný odbor 3.3.10 Obchod a marketing študijný program Marketingový a obchodný manažment

prof. Ing. Viera ČIHOVSKÁ, PhD.

1. Personálny marketing ako efektívny nástroj pre získavanie, motivovanie a stabilizovanie ľudského kapitálu v podnikoch SR – téma určená pre dennú formu štúdia

Personal marketing as an effective tool for recruiting, motivating and stabilizing human capital in Slovak enterprises

Cieľ práce:

Preskúmať, analyzovať a rozpracovať atribúty personálneho marketingu ako potenciálu a príležitosti pre získavanie, motivovanie a stabilizovanie kvalifikovaného ľudského kapitálu pre zvyšovanie konkurencieschopnosti a udržateľnej výkonnosti podnikov v SR.

Anotácia práce:

V súčasnej ére informačnej spoločnosti a znalostnej ekonomiky spájajú podniky svoju výkonnosť s ľudským potenciálom a ľudský kapitál považujú za hlavný zdroj konkurenčnej výhody na trhu i v rámci odvetvia. Ľudský kapitál sa stáva determinantom ekonomického rastu a je nezanedbateľnou súčasťou technologického pokroku. Každá organizácia potrebuje pre svoju činnosť dostatok schopných a motivovaných zamestnancov, ktorí jej zabezpečia vysokú výkonnosť a dlhodobú prosperitu. Riešenie tejto požiadavky spočíva v moderných prístupoch k manažmentu ľudských zdrojov ako vedeckej a praktickej disciplíny, ktorá poskytuje návod na manažérske rozhodnutia a postupy ako účinne riadiť a ovplyvňovať ľudí, aby pomáhali maximalizovať svoje i ciele organizácie. Vzhľadom na komplexnosť chápania personálneho riadenia, ale i marketingu sa v poslednom období začína uplatňovať aj ich integrovaný pojem - personálny marketing. Pohľad na riadenie ľudských zdrojov prostredníctvom personálneho marketingu má svoje reálne opodstatnenie, pretože efektívny personálny marketing vedie ku komplexnému a vyváženému prístupu k ľudským zdrojom, predpokladá dokonalý systém diagnostiky potrieb podniku, jeho previazanosť so strategickými zámermi a adekvátne využívanie interného aj externého trhu práce. V prípade potreby získať nových zamestnancov na externom trhu práce predpokladá použitie takých nástrojov a procesov personálneho marketingu, v ktorých sa zohľadní okrem úsilia obsadiť dané pracovné miesto, predovšetkým aspekt prezentácie podniku ako celku, jeho podnikovej kultúry a imidžu. Predmetom skúmania dizertačnej práce bude identifikovanie procesov a nástrojov personálneho marketingu, ktoré zahŕňajú potenciál pre efektívne získavanie, motivovanie a stabilizovanie ľudského kapitálu v praxi slovenských podnikov, ktorý umožní zvyšovať ich konkurencieschopnosť a udržateľnú výkonnosť v prostredí európskeho trhového priestoru.

2. Interkultúrny marketing – koncepcia pre efektívnu výmenu na európskom trhu – téma určená pre externú formu štúdia

The intercultural marketing – conception for efficient exchange of the european market

Cieľ práce:

Skúmanie, analyzovanie a identifikácia faktorov kultúrneho prostredia vybraných krajín a regiónov EÚ a v nadväznosti na to formovanie interkultúrneho marketingu pre úspešný vstup podnikateľských subjektov na jednotný trh Európskej únie.

Anotácia práce:

Európska únia predstavuje jedinečné integračné zoskupenie 28 krajín Európy, ktoré sa dobrovoľne spojili na dosiahnutie spoločných cieľov a jednoty v Európe. Napriek snahe o zjednocovanie noriem a štandardov pretrvávajú medzi jednotlivými krajinami EÚ značné, hlavne kultúrne, rozdiely. Ich skúmanie a identifikovanie má dôležitý dopad na úspech podnikania a uplatňovanie interkultúrneho marketingového prístupu

pri vstupe na jednotný európsky trh. Dizertačná práca sa zameria na analýzu a identifikáciu kultúrnych rozdielov a odlišností jednotlivých členských krajín EÚ na jednej strane a posúdenie globalizačných trendov na správanie európskych spotrebiteľov na strane druhej. Pochopenie a citlivý prístup ku kultúrnym špecifikám jednotlivých krajín európskeho spoločenstva sú východiskom pre voľbu stratégií štandardizácie alebo adaptácie marketingového programu firiem, ktoré sa chcú úspešne etablovať na jednotnom trhu EÚ.

prof. Ing. Ferdinand DAŇO, PhD.

1. Úloha outsourcingu vo zvyšovaní kvality distribučných a logistických služieb obchodných a výrobných spoločností – téma určená pre dennú formu štúdia

The role of outsourcing in enhancing quality of distribution and logistics services provided by commercial and manufacturing companies

Cieľ práce:

Identifikovať možnosti využívania outsourcingu distribučných a logistických služieb vo vybraných obchodných a výrobných spoločnostiach so zameraním na zvyšovanie kvality ich poskytovania.

Anotácia práce:

Práca sa bude zaoberať vymedzením podstaty a významu outsourcingu v súčasných podmienkach poskytovania globálnych distribučných a logistických služieb. Bude skúmať základné východiská, ekonomické, technologické a iné predpoklady pre jeho využívanie v oblasti poskytovania distribučných a logistických služieb vybraných obchodných a výrobných spoločností, predovšetkým so zameraním na budovanie distribučných centier. Zvýrazní potrebu budovania distribučných centier za účelom zvýšenia kvality poskytovania distribučných a logistických služieb. Charakterizuje využívanie moderných logistických metód pri outsourcingu distribučných a logistických služieb.

2. Úloha spotrebných družstiev na maloobchodnom trhu v podmienkach globalizácie obchodovania – téma určená pre externú formu štúdia

The role of co-operatives on the retail market in the framework of trade globalisation

Cieľ práce:

Identifikovať postavenie spotrebných družstiev na slovenskom maloobchodnom trhu s cieľom navrhnuť vhodné marketingové opatrenia na vytvorenie moderného obchodu zodpovedajúceho podmienkam internacionalizácie a globalizácie obchodovania.

Anotácia práce:

Práca sa bude zaoberať skúmaním postavenia spotrebných družstiev na slovenskom maloobchodnom trhu v podmienkach silnejúcej konkurencie. Poukáže na význam budovania a posilňovania centrálneho nákupu v systéme spotrebných družstiev a na úlohy logistických centier pri naplňaní cieľov. Na základe realizovaného prieskumu zameraného na vnímanie systému spotrebných družstiev formuluje návrhy na prípravu vhodnej marketingovej stratégie s cieľom vytvorenia moderného obchodu 21. storočia.

doc. Ing. Ľubica KNOŠKOVÁ, PhD.

1. Uplatnenie dizajnu v produktových inováciách a pri tvorbe udržateľnej konkurenčnej výhody – téma určená pre dennú formu štúdia

The application of design in product innovations and in creating a sustainable competitive advantage

Cieľ práce:

Preskúmať a vyhodnotiť využívanie dizajnu na tvorbu konkurenčného postavenia firiem pôsobiacich v SR a identifikovať jeho vplyv na ekonomické výsledky firiem.

Anotácia práce:

Hodnota dizajnu ako dôležitého marketingového faktora je zvýraznená v mnohých zahraničných manažérskych a marketingových publikáciách a výskumoch a je vnímaná ako zdroj udržateľnej konkurenčnej výhody. Hoci je rozvoj dizajnu pre zvyšovanie konkurencieschopnosti prioritou EÚ, kritická analýza vplyvu dizajnu na

konkurencieschopnosť firiem na Slovensku absentuje. Dizertačná práca bude zameraná na spracovanie poznatkovej bázy spoločenského významu dizajnu ako faktora tvorby spoločenských hodnôt s uplatnením princípov Stratégie Európa 2020 – Inovácia v Únii so zameraním na dizajn, na preskúmanie a vyhodnotenie prístupu firiem k produktovému dizajnu, ekodizajnu, vyhodnotenie úrovne riadenia dizajnu a vplyvu dizajnu na ekonomické výsledky firiem a využívanie dizajnu v inovačných aktivitách firiem. Na základe výsledkov skúmania navrhnuť odporúčania na posilnenie pozície firiem a krajiny prostredníctvom dizajnu.

2. Význam dizajnu produktov pri spotrebiteľskom rozhodovaní – téma určená pre dennú formu štúdia

Importance of product design for consumer decision making

Cieľ práce:

Preskúmať a identifikovať význam dizajnu produktov a ekodizajnu pri spotrebiteľskom rozhodovaní.

Anotácia práce:

Vplyv dizajnu na tvorbu hodnoty produktov v poznatkovej ekonomike rastie. Dizajn ako proces na zvyšovanie hodnoty, užitočnosti, zlepšovanie vzhľadu, štruktúry a materiálového zloženia produktu produkt predáva, definuje ho v čase a zároveň dokáže reprezentovať krajinu v zahraničí. Predmetom práce bude skúmanie vplyvu dizajnu produktov na spotrebiteľské rozhodovanie prostredníctvom hodnotenia ekonomických, estetických, environmentálnych a sociálnych faktorov produktového dizajnu, skúmanie dynamiky spotrebiteľského vnímania ekodizajnu vybraných produktov a hodnotenie vplyvu obalového dizajnu na úspešnosť uvedenia nových produktov na trh. Na základe výsledkov skúmania identifikovať spotrebiteľské preferencie v oblasti dizajnu produktov v spojení s rôznymi sociálno-ekonomickými skupinami a špecifikovať vplyv dizajnu na tvorbu hodnoty pre zákazníka.

prof. Ing. Dagmar LESÁKOVÁ, CSc.

1. Determinanty a perspektívy zdravotne uvedomelého spotrebiteľského správania – téma určená pre externú formu štúdia

Determinants and perspectives of health conscious consumer behaviour

Cieľ práce:

Analýza zdravotne uvedomelého spotrebiteľského správania, objasnenie faktorov ovplyvňujúcich postoj k zdraviu a zistenie vplyvu uvedených faktorov a postojov na spotrebiteľské správanie.

Anotácia práce:

Obsahom témy je identifikácia kľúčových faktorov spotreby orientovanej na prevenciu a podporu zdravia, ktoré umožnia navrhnuť marketingové, komunikačné a intervenčné opatrenia podporujúce zdravotne uvedomelú spotrebu potravín. Predmetom práce bude determinovanie externých a interných faktorov ovplyvňujúcich postoje k zdraviu a zistenie motívov a foriem reakcie spotrebiteľov na stimuly podporujúce zdravú spotrebu. Identifikovaný bude potenciál na podporu zdravej spotreby a možnosti marketingových nástrojov na zmeny spotrebiteľského správania.

2. Stratégia tvorby pozície značky na trhu – téma určená pre externú formu štúdia

Brand creating strategy in the market

Cieľ práce:

Návrh sekvenčného procesného modelu tvorby pozície značky z hľadiska jej cieľovej rezonancie u spotrebiteľov.

Anotácia práce:

Obsahom témy je hodnotenie rôznych stratégií riadenia pozície značky na trhu, aplikácia kvalitatívnych a kvantitatívnych metód na analýzu pozície značky a rozpracovanie koncepcie identity a hodnoty značky. Skúmané budú základné deskriptory pozície značky a vplyv atribútov (generických, funkčných, emocionálnych) na vnímanie značky. Výsledkom práce bude návrh sekvenčného procesného modelu budovania pozície konkrétnej značky.

doc. Ing. Anna MICHÁLKOVÁ, PhD.

1. Mapovanie klastrov cestovného ruchu – téma určená pre dennú formu štúdia Mapping of tourism clusters

Cieľ práce:

Na základe zhodnotenia možnosti aplikácie metód mapovania klastrov identifikovať klastre cestovného ruchu vo vybratých regiónoch Slovenska použitím zvolených metód opierajúcich sa o dostupnú údajovú základňu.

Anotácia práce:

Práca bude vychádzať z analýzy metód mapovania klastrov využívaných na Slovensku a vo vybratých krajinách, na základe ktorej budú zvolené metódy aplikovateľné na oblasť cestovného ruchu predovšetkým vzhľadom na špecifiká získavania relevantných podkladov pre identifikáciu klastrov cestovného ruchu. Práca má skúmať postavenie cestovného ruchu v rámci odvetvovej štruktúry regiónov a ich súčasnú špecializáciu na cestovný ruch. Súčasťou práce bude aj analýza politiky podpory klastrov a osobitne klastrov cestovného ruchu vo vybratých krajinách opierajúca sa o výsledky primárneho a sekundárneho prieskumu.

2. Zamestnanosť v cestovnom ruchu – satelitný účet cestovného ruchu – téma určená pre dennú formu štúdia

Tourism employment – tourism satellite account

Cieľ práce:

Spracovanie metodiky modulu zamestnanosti v cestovnom ruchu v podmienkach Slovenska, ktorý je rozšírením ukazovateľov zamestnanosti satelitného účtu cestovného ruchu.

Anotácia práce:

Práca bude vychádzať z analýzy doterajšieho vývoja metodiky výpočtu ukazovateľov zamestnanosti v cestovnom ruchu a komparácie aktuálnej metodiky využívanej vo vybratých krajinách. Súčasťou práce bude aj zostavenie tabuliek riešeného modulu v podmienkach Slovenskej republiky. Účelom práce bude podpora zabezpečenia komplexnosti merania ekonomického, resp. sociálno-ekonomického významu cestovného ruchu v ekonomike krajiny.

3. Hodnotenie ekonomického významu cestovného ruchu v regióne – téma určená pre externú formu štúdia

Economic importance of tourism in a region

Cieľ práce:

Práca na základe zvoleného súboru ekonomických ukazovateľov bude merať ekonomické prínosy cestovného ruchu vo zvolenom regióne, a to priame, nepriame a indukované prínosy.

Anotácia práce:

Práca bude vychádzať z metodiky merania ekonomických efektov cestovného ruchu na národnej úrovni. Jej zámerom bude aplikovať túto metodiku na regionálnu úroveň opierajúc sa o analýzu možnosti jej využitia na zvolený územný celok. Súčasťou práce bude analýza rôznych metodických prístupov na meranie sekundárnych prínosov.

4. Štruktúra financovania rozvoja cestovného ruchu v destináciách a miera ich odkázanosti na verejné zdroje – téma určená pre externú formu štúdia

Financing structure of tourism development in destinations and degree of their dependency on public resources

Cieľ práce:

Práca na základe zvolenej metodiky obsahujúcej komplex relevantných ukazovateľov má analyzovať štruktúru financovania rozvojových aktivít cestovného ruchu v strediskách na Slovensku a identifikovať mieru ich odkázanosti na verejné zdroje.

Anotácia práce:

Predmetná práca bude vychádzať z výsledkov sekundárneho ako aj primárneho prieskumu zameraného na zvolené destinácie cestovného ruchu na Slovensku a vo vybratých krajinách v zahraničí, ktorého cieľom je analyzovať štruktúru financovania infraštruktúrnych a neinfraštruktúrnych rozvojových aktivít cestovného ruchu.

Výsledky budú slúžiť na zhodnotenie odkázanosti destinácií cestovného ruchu na jednotlivé druhy verejných zdrojov a postavenie súkromných zdrojov v cestovnom ruchu.

doc. Ing. Andrej MIKLOŠÍK, PhD.

1. Interaktívny marketing ako moderný prístup k trhu a zákazníkovi – téma určená pre dennú formu štúdia

Interactive marketing as a modern approach towards markets and customers

Cieľ práce:

Rozpracovanie aktuálnych východísk fenoménu interaktívneho marketingu, jeho vzťahu k iným marketingovým prístupom a možností firiem na využitie nástrojov a príležitostí, ktoré interaktívny marketing ponúka.

Anotácia práce:

Moderný marketing kladie dôraz na zapojenie zákazníka do procesu plánovania, realizácie a kontroly marketingových aktivít. S rozvojom moderných informačno-komunikačných technológií sa zákazník dostáva bližšie k firme a stúpa význam jeho názoru, preferencií a spätnej väzby. Interakcia sa stáva čoraz jednoduchšou a prirodzenejšou. Práca sa zaoberá prístupmi kolaboratívneho marketingu, tvorbou interaktívnych komunikačných kanálov a fenoménom obsahu generovaného používateľmi (User Generated Content – UGC).

2. Manažment znalostí ako predpoklad zvyšovania efektivity obchodných a marketingových procesov – téma určená pre externú formu štúdia

Knowledge management as the determinant of increasing the efficiency of sales and marketing processes

Cieľ práce:

Argumentácia dôležitosti implementácie manažmentu znalostí v riadiacich procesoch podniku so zameraním na riadenie obchodných a marketingových procesov. Preukázanie súvislosti medzi vznikom a udržateľnosťou konkurenčnej výhody a systematickým prístupom k manažmentu znalostí.

Anotácia práce:

Manažment znalostí ako integrovaný prístup k tvorbe, uchovávaniu, konverzii, odovzdávaniu a použitiu znalostí vytvára predpoklady na efektívnejšie rozhodovanie a realizáciu činností na všetkých úrovniach riadenia. Práca sa bude orientovať na potvrdenie významu tohto fenoménu v podniku z pohľadu prínosu k zvyšovaniu efektivity obchodných a marketingových činností, vzniku inovácií a budovania konkurenčnej výhody. Zároveň bude konkrétnymi výsledkami preukazovať priamy vplyv manažmentu znalostí na udržateľnosť konkurenčnej výhody, ktorá sa prejavuje ako efekt generovania nových nápadov, optimálneho prístupu zamestnancov k najnovším informáciám a poznatkom a systematickej procesnej podpory aktívneho využívania tacitných a explicitných znalostí v podniku.

doc. Ing. Štefan Žák, PhD.

1. Marketingové nástroje v procese zvyšovania trhovej hodnoty športovca – téma určená pre dennú formu štúdia

Marketing tools in the process of increasing the market value of the athlete

Cieľ práce:

Identifikovať a analyzovať možnosti implementácie marketingových nástrojov pre potreby zvyšovania trhovej hodnoty športovca s cieľom navrhnúť udržateľný model marketingovej podpory talentovaných športovcov zameraný na maximalizáciu ich trhovej hodnoty.

Anotácia práce:

Športový marketing predstavuje v súčasnosti pre športovcov dôležitý nástroj na získavanie prostriedkov pre ich športovú činnosť. Výška prostriedkov, ktoré získajú od svojich sponzorov je závislá od ich reálnej resp. predpokladanej trhovej hodnoty, ktorú ovplyvňujú nielen ich športové výkony, ale aj ich schopnosť osloviť svojimi postojmi a konaním čo možno najväčší počet spotrebiteľov. Východiskom dizertačnej

práce bude výskumná štúdia analyzujúca finančnú atraktivitu športových odvetví a formy podpory talentovaných športovcov v Slovenskej republike a identifikujúca marketingové nástroje využívané pri zvyšovaní trhovej hodnoty športovca. Účelom výskumnej štúdie taktiež bude poskytnúť údaje na určenie vývoja trhovej hodnoty talentovaného športovca v čase, stanoviť atribúty rastu jeho hodnoty a návratnosť prostriedkov vynaložených na implementáciu marketingových nástrojov. Vyústením dizertačnej práce bude návrh udržateľného modelu marketingovej podpory talentovaných športovcov zameraný na maximalizáciu ich trhovej hodnoty.

2. Úloha influencerov v procese nákupného rozhodovania spotrebiteľa – téma určená pre dennú formu štúdia

The role of influencers in the consumer decision-making process

Cieľ práce:

Systematizovať poznatky o postavení a úlohách influencerov ako názorových vodcov v prostredí sociálnych médií s cieľom identifikovať ich typológiu a intenzitu vplyvu na nákupné rozhodovanie spotrebiteľa a zdôrazniť možnosti ich využitia v marketingovom manažmente.

Anotácia práce:

V procese nákupného rozhodovania spotrebiteľa zohrávajú významnú úlohu názoroví vodcovia, ktorí vďaka osobitným schopnostiam, znalostiam, svojej osobnosti alebo iným vlastnostiam, majú priamy alebo nepriamy vplyv na postoje a rozhodnutia spotrebiteľa. V súčasnom marketingu v prostredí sociálnych médií túto úlohu preberajú tzv. influenceri, ktorí svojimi myšlienkami, postojmi a názormi, dokážu pôsobiť na spotrebiteľov a tým zásadným spôsobom ovplyvňovať trendy dopytu po konkrétnych produktoch. Východiskom dizertačnej práce bude systemizácia poznatkov o influenceroch z pohľadu ich postavenia a úloh, ktoré zohrávajú v procese nákupného rozhodovania spotrebiteľa. Vyústením dizertačnej práce bude identifikácia typológie influencerov, stanovenie intenzity ich vplyvu na nákupné rozhodovanie spotrebiteľa a určenie úrovne ich využitia v marketingovom manažmente.

Študijný odbor 3.3.18 Medzinárodné podnikanie **študijný program Manažment medzinárodného podnikania**

prof. Ing. Peter BALÁŽ, PhD.

1. Projekt Hodvábnej cesty (OBOR) a jej vplyv na ekonomiku Iránu (konzekvencie pre hospodárske záujmy Európskej únie) – téma určená pre dennú formu štúdia

The One Belt One Road Initiative (OBOR) and its impact on the Iranian economy (consequences for the European Union's economic interests)

Cieľ práce:

Preskúmať dlhodobý vývoj ekonomických a zahraničnoobchodných vzťahov ČĽR s Iránom a precízne identifikovať ich hlavné formy a štruktúru tovarových tokov, rastové trendy a ich očakávané smerovanie, ako aj závislosti, ktoré realizáciou projektu medzi týmito krajinami vznikajú a vzniknú. Na tomto základe venovať pozornosť výskumu vývoja globalizácie a miestu týchto dvoch krajín v medzinárodných hospodárskych vzťahoch, ich interdependencii a taktiež očakávaným trendom; analyzovať odbornú i vedeckú literatúru venujúcu sa vývoju vzájomných ekonomických vzťahov; podrobiť výskumu hlavné ekonomické charakteristiky a vývojovú trajektóriu iránskej ekonomiky a zmeny, ktoré do jej vývoja a rastových trendov prinesú nové dopravné cesty projektu OBOR; testovať rôzne vývojové scenáre zmien v štruktúre iránskej ekonomiky a identifikovať predpokladané zmeny v zahraničnom obchode, ktoré vytvorí aktivizácia OBOR; na tomto základe preskúmať ako sa ich vývoj a budúce trendy budú dotýkať ekonomických záujmov EÚ v týchto dvoch krajinách; formulovať konkrétne závery a poskytnúť kvalifikované podklady pre rozhodovacie procesy a systémové odporúčania slovenskej decíznej sféry (MZVaEZ SR, MH SR a Eximbanku).

Anotácia práce:

Skúmanie dlhodobého vývoja zahraničnoobchodných vzťahov jednotlivých krajín potvrdzuje, že pod tlakom globálnych zmien v celom svetovom hospodárstve, prichádza v nich k neustálym zmenám. Na tento proces sa jednotlivé ekonomiky, s cieľom podporiť svoj rast a zabezpečiť vlastnú prosperitu, adaptujú rôznym spôsobom. Nakoľko klasické a ľahko využiteľné domáce komparatívne výhody sú už de facto vyčerpané, je možné ich dosiahnuť len prostredníctvom robustných investičných projektov, presahujúcich ekonomické rozmery jednej krajiny a rozsiahlych štrukturálnych zmien, ktoré zásadným spôsobom menia pôvodný produkčný charakter každej zúčastnenej ekonomiky. V tomto duchu sa realizuje aj projekt OBOR, ktorý aktivizuje obrovský doteraz nevyužitý ekonomický potenciál krajín nachádzajúcich sa popri Hodvábnej ceste, a ktoré práve z dôvodu neexistencie alebo len malej priepustnosti prepravných ciest neboli schopné realizovať takéto makroekonomické „manévry.“ Predkladaná práca sa bude venovať realizácii tohto projektu a jeho vplyvu na iránsku ekonomiku, ktorá hrá významné miesto aj v strategických rozvojových zámerov EÚ a jej členských krajín. V tomto kontexte sa nesmie stratiť z pozornosti fakt, že projekt OBOR nebude efektívny len na báze jeho využitia ako logistického prepojenia ČĽR a EÚ, nakoľko v obchodných vzťahoch medzi týmito dvomi dôležitými subjektmi svetového hospodárstva dlhodobo existujú značné diskrepancie, ale len ak sa bude aktivizovať potenciál všetkých krajín nachádzajúcich sa na jeho osi alebo v jej blízkosti. Už dnes je zrejmé, že EÚ musí k tomuto projektu, ale aj zmenám, ktoré prinesie do medzinárodného obchodu venovať maximálnu pozornosť a priebežne rýchlo reagovať na podnikateľské možnosti, ktoré prinesie, alebo naopak brániť ekonomické záujmy zoskupenia tam kde by mohli byť ohrozené. Pokiaľ ide o ekonomiku SR, nie sú zatiaľ ekonomické konzekvencie tých medzinárodných súvzťažností markantné, ale existencia takejto cesty vytvorí úplne logistické možnosti. Ich značná kapacita a rádové skrátenie doby prepravy prinesie novú štruktúru tovarov, ktoré sú predmetom zahraničnoobchodnej výmeny a v konečnom dôsledku zvýšia konkurencieschopnosť ázijského dovozu na európskych trhoch. Takúto prognózu budúceho vývoja musí SR precízne vyhodnotiť a následne pripraviť vlastnú adaptačnú stratégiu na novú situáciu, ktorá by jej umožnila udržať si svoje pozície na zahraničnom i domácom trhu. Možno predpokladať, že v prvom období činnosti OBOR sa bude pozícia európskych firiem oslabovať, nakoľko bude funkčný už behom 2-3 rokov a EK alebo „government structure“ zatiaľ nepripravili ani úvodné zadanie na realizáciu projektu takejto adaptačnej protiofenzívy. Významné miesto v jej príprave by mali mať Eximbanka SR a SARIO. Vláda by však mala začať vytvárať podporné prostredie pre také domáce firmy, ktoré budú schopné efektívne využívať výhody tohto projektu.

doc. Mgr. Elena KAŠŤÁKOVÁ, PhD.

1. Perspektívy zahraničnoobchodných vzťahov Slovenska s krajinami západného Balkánu ovplyvnené súčasnými geopolitickými zmenami – téma určená pre dennú formu štúdia

Perspectives of foreign trade relations between Slovakia and the countries of the western Balkans influenced by the current geopolitical changes

Cieľ práce:

Preskúmať vývoj zahraničnoobchodných vzťahov medzi Slovenskom a krajinami západného Balkánu, stanoviť perspektívy vzájomnej zahraničnoobchodnej spolupráce a formulovať odporúčania pre zlepšenie slovensko-balkánskych ekonomických vzťahov ovplyvnené rozvojovými zámermi zahraničnoobchodnej politiky EÚ voči krajinám Balkánu a súčasnými geopolitickými zmenami.

Anotácia práce:

Rozsiahle geopolitické zmeny prebiehajúce v ostatnej dekáde čoraz viac poznačili budúce napredovanie teritoriálnych súčastí medzinárodného obchodu a tým aj postavenie krajín západného Balkánu. Dôležitú úlohu zohrávajú stabilizačné, asociačné a prístupové procesy týchto krajín do EÚ. Daná dizertačná práca poukáže na súčasný hospodársky stav krajín západného Balkánu a ich postavenie v strategických rozvojových zámeroch zahraničnoobchodnej politiky EÚ a vonkajších ekonomických vzťahoch Slovenska. Prostredníctvom všeobecných a špecifických

teoretických vedeckých metód vo výsledkoch práce preskúma obchodné a investičné vzťahy krajín západného Balkánu so Slovenskom a zhodnotí ich vzájomnú zahraničnoobchodnú činnosť. Taktiež stanoví perspektívy vývoja zahraničnoobchodných vzťahov skúmaných krajín a poukáže na ďalšie možné oblasti vzájomnej hospodárskej spolupráce ovplyvnené súčasnými geopolitickými zmenami.

2. Postavenie Strednej Ázie v zahraničnoobchodných vzťahoch Slovenska a možnosti podpory exportu na ázijské trhy – na príklade konkrétnej krajiny – téma určená pre dennú formu štúdia

Position of Central Asia in Slovakia´s foreign trade relations and possibilities of export support to Asian markets – on the example of a particular country

Cieľ práce:

Preskúmať postavenie krajín strednej Ázie v zahraničnoobchodných vzťahoch Slovenska, zhodnotiť ich význam vo vonkajších ekonomických vzťahoch Slovenska a stanoviť odporúčania pre ďalší vývoj vzájomnej zahraničnoobchodnej činnosti a možnosti podpory exportu slovenských podnikateľov na dané trhy.

Anotácia práce:

Región Strednej Ázie zohráva významnú úlohu v súčasných geopolitických vzťahoch svetových mocností Ruska, Číny, USA, ale aj významných regionálnych hráčov ako sú Irán a Turecko. Postavenie stredoázijských republík významne ovplyvňuje tovarové prepojenie Ázie, obzvlášť Číny cez Rusko do EÚ a ostatných častí Európy, v ktorých Slovensko zohráva dôležitú úlohu. Daná dizertačná práca poukáže na súčasný hospodársky stav krajín strednej Ázie a ich postavenie v strategických rozvojových zámeroch zahraničnoobchodnej politiky EÚ a vonkajších ekonomických vzťahoch Slovenska. Prostredníctvom všeobecných a špecifických teoretických vedeckých metód preskúma zahraničnoobchodné vzťahy Slovenska s krajinami strednej Ázie. Vo výsledkoch práce zhodnotí vzájomnú obchodnú a investičnú činnosť a stanoví možnosti podpory exportu slovenských podnikateľských subjektov na skúmaných teritóriách. Taktiež poukáže na ďalšie perspektívne oblasti vzájomnej hospodárskej spolupráce medzi Slovenskom a stredoázijským regiónom (prípadne konkrétnym zahraničným teritóriom).

3. Význam Eurázijskej hospodárskej únie pre strategické rozvojové zámery zahraničnoobchodných vzťahov Európskej únie (so zameraním na Slovensko) – téma určená pre externú formu štúdia

Significance of the Eurasian Economic Union for strategic development plans of the European Union foreign trade relations (focusing on the Slovakia)

Cieľ práce:

Preskúmať zahraničnoobchodné vzťahy krajín Eurázijskej hospodárskej únie s EÚ, stanoviť význam danej hospodárskej únie pre strategické rozvojové zámery obchodných vzťahov EÚ (so zameraním na Slovensko) a zhodnotiť rozvojové zámery zahraničnoobchodných vzťahov EÚ so skúmanými krajinami s poukázaním na ďalšie perspektívne oblasti vzájomnej hospodárskej spolupráce.

Anotácia práce:

Vznik Eurázijskej hospodárskej únie, okrem už fungujúcej colnej únie, predpokladá voľný pohyb tovaru, služieb, kapitálu a pracovných síl. Daný jednotný trh zohráva významnú pozíciu v oblasti zahraničnoobchodných vzťahov a medzinárodného podnikania po EÚ, USA a Číne. Kľúčovú úlohu v novom integračnom zoskupení predstavuje Rusko a nie je vylúčené rozširovanie integrácie vo forme zóny voľného obchodu smerom do strednej a juhovýchodnej Ázie. Daná dizertačná práca poukáže na súčasný stav krajín Eurázijskej hospodárskej únie a ekonomické pozadie vzniku daného zoskupenia. Prostredníctvom všeobecných a špecifických teoretických vedeckých metód preskúma zahraničnoobchodné vzťahy krajín Eurázijskej hospodárskej únie voči EÚ so zameraním na Slovensko. Vo výsledkoch práce zhodnotí vzájomnú zahraničnoobchodnú činnosť a stanoví význam Eurázijskej hospodárskej únie v oblasti strategických rozvojových zámerov EÚ v období globálnych geopolitických zmien a možné perspektívne oblasti vzájomnej hospodárskej spolupráce so zameraním na Slovensko.

4. Perspektívy hospodárskej spolupráce Číny s Ruskom ovplyvnené globálnymi geopolitickými zmenami a ich dosahy na ekonomiku Európskej únie – téma určená pre externú formu štúdia

The prospects for economic cooperation between China and Russia affected by global geopolitical changes and their impact for the European Union economics.

Cieľ práce:

Preskúmať hospodársku spoluprácu medzi Čínou a Ruskom ovplyvnenú globálnymi geopolitickými zmenami a na základe zhodnotenia skúmanej problematiky určiť možné perspektívy vývoja danej spolupráce a ich konzekvencie na hospodárstvo EÚ.

Anotácia práce:

V súčasnosti sa hospodárska spolupráca medzi Ruskom a Čínou rozvíja takmer vo všetkých smeroch a ich štruktúra je veľmi závislá od vývoja svetovej konjunktúry. Zahraničnoobchodné vzťahy medzi Čínou a Ruskom majú vďaka svojej geografickej blízkosti a taktiež aj potenciálu v oblasti energetickej spolupráce dôležité miesto. Významnú rolu v ich vzájomných zahraničnoobchodných vzťahoch taktiež zohráva zvýšenie podielu vysoko technologických tovarov a zvýšenie inovačných prvkov vo vzájomnej obchodnej výmene. Vplyvom aj ostatných geopolitických zmien v medzinárodnom podnikaní a oslabením zahraničnoobchodných vzťahov EÚ s Ruskom dochádza k diverzifikácii obchodných a investičných tokov, v ktorej významnú úlohu zohráva Čína. Zároveň aj ukrajinská kríza ešte urýchlila rozvoj rusko-čínskych vzťahov a povzniesla ich na kvalitatívne novú úroveň, čo vo výraznej miere ovplyvní medzinárodné hospodárske vzťahy a medzinárodné podnikanie. Daná práca poukáže na súčasný stav a vývoj hospodárstva Číny, Ruska a EÚ a zároveň preskúma zahraničnoobchodnú a investičnú spoluprácu Číny s Ruskom. Prostredníctvom využitia vedeckých ekonometrických metód stanoví možné perspektívy ďalšieho vývoja ich vzájomnej hospodárskej spolupráce a zároveň vyvodí zahraničnoobchodné konzekvencie takejto spolupráce na hospodárstvo EÚ pod vplyvom globálnych geopolitických zmien.

doc. Ing. Zuzana KITTOVÁ, PhD., M.B.L.-HSG

1. Ochrana duševného vlastníctva a zahraničný obchod – perspektíva Slovenska – téma určená pre dennú formu štúdia

Protection of intellectual property and foreign trade – Slovak perspective

Cieľ práce:

Hodnotenie významu odvetví náročných na duševné vlastníctvo pre zahraničný obchod a hospodárstvo Slovenska a následne formulácia odporúčaní pre opatrenia na podporu vytvárania ako aj samotnú realizáciu duševného vlastníctva, ktoré by prispeli k zlepšovaniu konkurencieschopnosti slovenských podnikateľských subjektov na zahraničných trhoch.

Anotácia práce:

Globalizácia trhov a rozvoj znalostnej ekonomiky zvyšujú význam inovácií, konkurenčných výhod a hospodárskeho rastu. Inovácie zároveň predstavujú jeden z kľúčových cieľov stratégie Európa 2020, ktorá má podporiť konkurencieschopnosť a zamestnanosť v EÚ. Uvedené procesy sú ovplyvňované rôznymi faktormi, pričom jedným z nich je efektívny systém práv zabezpečujúcich ochranu duševného vlastníctva vzhľadom na jeho schopnosť podporiť inovácie. EÚ má v tejto oblasti dlhodobú tradíciu. Štáty EÚ zohrali významnú úlohu pri tvorbe systému práv duševného vlastníctva, ktoré nie len zabezpečujú odmenu tvorcom inovácií, ale aj stimulujú hospodársku súťaž na trhu. Celosvetovo prudký nárast počtu práv duševného vlastníctva v posledných dvoch dekádach vedie k ich využívaniu ako indikátora pre sledovanie ekonomických javov. Vzhľadom na to, že práva duševného vlastníctva umožňujú rozvoj odvetví náročných na inovácie a kreativnosť, má význam skúmať ich vplyv a význam pre hospodárstvo a zahraničný obchod z pohľadu Slovenska, a na tomto základe navrhnúť odporúčania pre opatrenia na podporu vytvárania ako aj samotnú realizáciu duševného vlastníctva.

2. Európska únia po referende o členstve Spojeného kráľovstva Veľkej Británie a Severného Írska v Európskej únii – téma určená pre dennú formu štúdia

European Union after the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland referendum on the European Union membership

Cieľ práce:

Skúmanie integrácie Európskej únie po referende o členstve Spojeného kráľovstva Veľkej Británie a Severného Írska v Európskej únii z hľadiska hospodárskych – najmä obchodných a investičných – vzťahov celkovo, ako aj so zameraním na Slovenskú republiku.

Anotácia práce:

Európska únia ako unikátne integračné zoskupenie vo svetovom hospodárstve prechádza v prvých dekádach 21. storočia turbulentným vývojom. Globálna hospodárska a finančná kríza, dlhová kríza v eurozóne, migračná kríza či tzv. Brexit preverujú existujúci integračný model a možnosti jeho ďalšieho fungovania. Dizertačná práca sa bude sústreďovať na vývoj po referende o členstve Spojeného kráľovstva Veľkej Británie a Severného Írska v Európskej únii konanom v júni 2016, v ktorom voliči hlasovali za vystúpenie Spojeného kráľovstva z Európskej únie. Následne vláda Spojeného kráľovstva začala formálny proces vystúpenia z EÚ. Z pohľadu histórie európskej integrácie ide o bezprecedentnú skutočnosť, ktorá nastoľuje mnohé otázky a vyžaduje nové politické, hospodárske či právne riešenia. Dizertačná práca sa v tomto kontexte bude venovať hospodárskym - najmä obchodným a investičným – vzťahom, pričom dôležitá bude aj perspektíva Slovenskej republiky ako členského štátu EÚ.

3. Nástroje na ochranu obchodu v obchode Európskej únie s tretími krajinami – téma určená pre externú formu štúdia

Trade defence measures applied in trade between the European Union and third countries

Cieľ práce:

Na základe analýzy teoretických východísk a zahraničnoobchodnej praxe skúmať a zhodnotiť význam a uplatňovanie nástrojov na ochranu obchodu v obchode Európskej únie s tretími krajinami.

Anotácia práce:

Napriek hlavnému cieľu liberalizovať svetový obchod boli v rámci Svetovej obchodnej organizácie (WTO) vytvorené aj nástroje na ochranu obchodu voči neférovým praktikám v obchode. Ide o opatrenia na ochranu pred dumpingovými dovozmi, subvencovanými dovozmi a nadmernými dovozmi. Tieto nástroje využíva v rámci spoločnej obchodnej politiky aj EÚ, najmä antidumpingové a antisubvenčné opatrenia. Rovnako ich využívajú aj tretie krajiny na ochranu voči dovozu z EÚ. Práca sa bude venovať najmä charakteristike jednotlivých nástrojov na ochranu obchodu podľa pravidiel WTO i spoločných pravidiel ochrany vyplývajúcich z príslušných nariadení EÚ, ako aj ich revízií, ktorá by mala byť ukončená do polovice roku 2018, dumpingovému konaniu, dumpingovej metodike na posudzovanie deformácií trhu v tretích krajinách, správam o výrazných deformáciách na trhoch tretích krajín, analýze doterajšieho využívania opatrení na ochranu obchodu zo strany EÚ alebo tretích krajín (podrobne aj na vybranom prípade), účinnosti opatrení na ochranu obchodu a ich dôsledkom pre jednotlivé hospodárske subjekty či návrhu opatrením na zlepšenie doterajších postupov.

4. Stratégie ochrany duševného vlastníctva pri prenikaní na zahraničné trhy – téma určená pre externú formu štúdia

Strategies of intellectual property protection at foreign markets penetration

Cieľ práce:

Skúmať proces tvorby stratégie ochrany duševného vlastníctva pri prenikaní podnikateľských subjektov na zahraničné trhy, identifikovať kľúčové faktory ovplyvňujúce voľbu stratégie ochrany duševného vlastníctva, posúdiť výhody a nevýhody spojené s využívaním jednotlivých spôsobov ochrany duševného vlastníctva ako predpoklad pre návrh stratégie ochrany duševného vlastníctva.

Anotácia práce:

Ochrana duševného vlastníctva zohráva v moderných ekonomikách stále dôležitejšiu úlohu. Znalostná ekonomika, globalizácia trhov, ako aj rastúca komplexnosť tovarov a

služieb posilňujú význam práv duševného vlastníctva. Právna ochrana duševného vlastníctva totiž poskytuje podnikateľským subjektom stimuly na realizáciu inovatívnych a kreatívnych činností tým, že im priznáva výlučné práva k výsledkom vynálezcovskej a kreatívnej činnosti. Hodnota nehmotných aktív mnohých firiem v rozvinutých ekonomikách výrazne prevyšuje hodnotu ich hmotných aktív. V snahe vyťažiť pridanú hodnotu z inovácií podniky využívajú jednotlivé spôsoby ochrany duševného vlastníctva často komplementárnym spôsobom a realizujú rozličné stratégie ochrany duševného vlastníctva. Ochranu duševného vlastníctva pritom možno realizovať na národnej, regionálnej alebo medzinárodnej úrovni. Jadrom skúmania tejto práce je stratégia ochrany duševného vlastníctva pri prenikaní podnikateľských subjektov na zahraničné trhy.

prof. JUDr. Ľudmila NOVACKÁ, PhD.

1. Hodnotenie a manažment podnikateľských rizík v medzinárodnej leteckej osobnej doprave v podmienkach udržateľného rozvoja – téma určená pre dennú formu štúdia

Evaluation and management of business risks in international air transport in conditions of sustainable development

Cieľ práce:

Na základe analýzy a vyhodnotenia podnikateľských rizík v medzinárodnej leteckej osobnej doprave s aplikáciou v podmienkach konkrétnej leteckej spoločnosti, vypracovať dynamický model pôsobenia vybraných rizík a navrhnúť možnosti ich eliminácie v podmienkach udržateľného rozvoja.

Anotácia práce:

Možnosti podnikania v leteckej osobnej doprave z aspektu kapitálového zabezpečenia a spôsobu organizácie a prevádzky osobnej leteckej dopravy. Spolupráca s IATA a aplikácia kritérií IATA. Podnikateľské riziká ekonomické, geo-politické, technologické, environmentálne, sociálne a spoločenské, ich špecifikácia v medzinárodnej leteckej osobnej doprave v prepojení na podmienky v SR. Riziká ako bariéra v konkrétnych podmienkach vybranej leteckej spoločnosti – prípadová štúdia. Dynamický model pôsobenia vybraných rizík a návrh možností ich eliminácie s dôrazom na udržateľný rozvoj. Spracovanie a prezentácia modelu prostredníctvom softvéru simulácií v reálnom systéme (VENSIM).

2. Oživenie, rozvoj a zvýšenie konkurencieschopnosti destinácie cestovného ruchu prostredníctvom interregionálnej spolupráce (vo vybranom samosprávnom kraji) – téma určená pre dennú formu štúdia

Tourist destination reinvigoration, development and competitiveness through interregional co-operation (in selected region)

Cieľ práce:

Analyzovať možnosti interregionálnej spolupráce v rámci Európskej únie pre potreby rozvoja destinácie cestovného ruchu, navrhnúť základné priority a stanoviť variantné riešenia s vyjadrením ekonomických impaktov pre konkrétny samosprávny kraj v SR.

Anotácia práce:

Manažment cestovného ruchu v destinácii cestovného ruchu vybraného samosprávneho kraja. Pôsobenie regionálnej (krajskej) samosprávy s cieľom oživenia, rozvoja a zvýšenia konkurencieschopnosti danej destinácie cestovného ruchu. Súčasná úroveň interregionálnej spolupráce a možnosti jej rozvoja v súlade s politikou EÚ a v prepojení na ťažiskové produkty cestovného ruchu a spoločné aktivity spolupracujúcich regiónov krajín Európskej Únie v súčasnom i budúcom programovacom období. Variantné riešenia a ich ekonomické impakty prostredníctvom vybraných ekonomických ukazovateľov pre destináciu v danom samosprávnom kraji (príjmy, zamestnanosť, pridaná hodnota).

3. Zdieľaná ekonomika a jej vplyv na vybrané medzinárodné spoločnosti v cestovnom ruchu – téma určená pre externú formu štúdia

Influence of sharing economy to selected international companies in travel and tourism industry

Cieľ práce:

Na základe analýzy medzinárodného trhu vybraných služieb cestovného ruchu modelovať integráciu zdieľanej ekonomiky a vyhodnotiť ekonomické impakty platformy "P2P" na príklade relevantného podniku (hotelové alebo dopravné služby).

Anotácia práce:

Zdieľaná ekonomika a jej fungovanie vo vybraných službách cestovného ruchu na medzinárodnom trhu. Špecifikácia pozitívnych a negatívnych konsekvencií na medzinárodnom trhu daných služieb CR v podnikateľskom konkurenčnom prostredí vo vybraných krajinách. Prípadová štúdia konkrétnej medzinárodnej spoločnosti, ktorá pracuje na princípe zdieľanej ekonomiky a vyhodnotenie ekonomických impaktov vo vzťahu ku štátu.

doc. Ing. Ľuboš PAVELKA, PhD.

1. Alokácia bankových aktív a pasív v podmienkach postkrízového vývoja ekonomík Európskej únie – téma určená pre dennú formu štúdia

Allocation of bank's assets and liabilities during the period of post-crisis development of economies of the European Union

Cieľ práce:

Posúdenie podnikania bankových korporácií vo vybraných ekonomikách EÚ z pohľadu podstupovaných rizík, ziskovosti, dostupnosti poskytovaných úverových aktivít a iných aktívnych obchodov pre podnikateľský sektor v nadväznosti na implementáciu smerníc EÚ o platobných službách.

Anotácia práce:

Analýza príčin svetovej finančnej krízy a jej dosah na bonitu finančných spoločností v EÚ. Štruktúra bankových aktív a pasív v pred a postkrízovom období vrátane reštrukturalizácie a rekapitalizácie komerčných bánk v EÚ. Vplyv nákladov na záchranu systémovo relevantných bánk v Európe na verejné financie ekonomík a ich odraz v úrovni verejných dlhov krajín EÚ. Inštitucionálne opatrenia na elimináciu rizík vo finančnom sektore, zvyšovania požiadaviek na kolaterál úverových obchodov a vplyv monetárnej politiky ECB na podnikanie finančných korporácií v EÚ a ich ziskovosť.

2. Postavenie finančných inštitúcií v boji proti praniu špinavých peňazí a legalizácii príjmov z trestnej činnosti v podmienkach legislatívy Európskej únie – téma určená pre dennú formu štúdia

The status of financial institutions in combating money-laundering and legalization of proceeds from crime in the conditions of the legislation of the European Union

Cieľ práce:

Zhodnotiť postavenie finančných inštitúcií z oblasti bankového a poisťovního sektora v boji proti praniu špinavých peňazí a legalizácii príjmov z trestnej činnosti v kontexte legislatívy EÚ v nadväznosti na iniciatívu krajín konsolidovať verejné financie formou implementácie nástrojov na znižovanie negatívnych externalít vznikajúcich pri generovaní príjmov v rámci čiernej a sivej ekonomiky.

Anotácia práce:

Liberalizácia pohybu kapitálu v globálnom prostredí umožňuje aktérom obchodov v rámci čiernej a sivej ekonomiky ochudobňovať verejné rozpočty ekonomík o prostriedky na strane príjmov sťaženými možnosťami implementácie kontrolných mechanizmov na národnej a medzinárodnej úrovni. Harmonizácia legislatívy v rámci EÚ, ale aj OECD a iných krajín zameraná na boj proti kriminalite a legalizácii nelegálnych alebo nezdanených príjmov vyžadujúca etablovanie unifikovaných riešení odhaľujúcich skutočných vlastníkov kapitálu. Analýza a algoritmy riešení na potieranie nelegálnych príjmov a inštitucionálna ochrana a kontrola bánk pri dodržiavaní legislatívy v tejto oblasti, najmä pokiaľ ide o ohlasovacie povinnosti podozrivých bankových operácií s cieľom odhaliť páchatelov finančných deliktov s medzinárodným prostredím a vytvoriť priestor pre generovanie dodatočných daňových príjmov v oblasti verejných financií.

3. Podnikateľská etika, spoločenská zodpovednosť finančných korporácií z pohľadu ochrany spotrebiteľa a riadenia vzťahov so zákazníkmi (CRM) v

oblasti finančných služieb v podmienkach krajín Európskeho hospodárskeho priestoru – téma určená pre externú formu štúdia

Business ethics, social responsibility of financial corporations from the viewpoint of consumer protection and customer relationship management (CRM) in financial services within countries of the European Economic Area

Cieľ práce:

Zhodnotenie úrovne ochrany spotrebiteľov vo finančných službách a riadenia vzťahov so zákazníkmi vo finančných spoločnostiach vybraných v oblasti retailového a firemného bankovníctva v podmienkach liberalizácie pohybu kapitálu, zvyšovania konkurencieschopnosti a informatizácie firiem.

Anotácia práce:

Analýza úrovne podnikateľskej etiky a spoločenskej zodpovednosti firiem vo finančnom sektore vybraných ekonomík, vrátane SR v podmienkach EHP v podmienkach postkrízového vývoja ekonomík, expanzívnej monetárnej politiky centrálnych bánk a implementácie nových legislatívnych opatrení vrátane relevantných etických kódexov.

4. Právno-ekonomické a daňové aspekty uplatňovania a vymáhania pohľadávok zo zmeniek vystavených podľa Ženevskej konvencie – téma určená pre externú formu štúdia

The legal – economic and tax aspects of implementation and recovery of notes issued under the Geneva convention

Cieľ práce:

Vyhodnotiť súčasný stav v používaní zmeniek v tuzemskom aj zahraničnom obchode a analyzovať postavenie účastníkov zmenkových obchodov, vrátane finančných inštitúcií, ktoré sa obchodovaním so zmenkami zaoberajú. Okrem toho práca bude obsahovať zovšeobecnenie problémových oblastí (najmä možného okruhu kauzálnych námietok) vznikajúcich pri uplatňovaní nárokov z týchto cenných papierov a návrh unifikovaných riešení na elimináciu používania týchto platobných a zabezpečovacích nástrojov vo firemnej a bankovej praxi.

Anotácia práce:

Pohľadávky zo zmeniek sú neoddeliteľnou súčasťou medzinárodného obchodu, zväčša ako súčasť dokumentárneho platobného styku. Zároveň sú zmenky ako cenné papiere používané na zabezpečenie a financovanie tuzemských aj zahranično-obchodných pohľadávok. Legislatívne úpravy zmenkového práva v tuzemsku a v zahraničí so zreteľom na oblasť Ženevskej konvencie. Súčasný stav pri uplatňovaní nárokov zo zmeniek v tuzemsku a v krajinách s jurisdikciou Ženevskej právnej oblasti (formálno-právne predpoklady, postupy a procesy). Využívanie zmeniek ako zabezpečovacieho prostriedku (kolaterálu) úverových obchodov. Návrh unifikovaných riešení na elimináciu rizík pri používaní zmeniek v tuzemskom a zahraničnom obchode ako aj v bankovej praxi. Využitie skúseností z judikátov týkajúcich sa zmenkových sporov v rámci vybraných krajín EÚ.

doc. Ing. Viera RUŽEKOVÁ, PhD.

1. Účinky Dohody o voľnom obchode medzi Európskou úniou a Kórejskou republikou na realizáciu vzájomných obchodných a investičných aktivít – téma určená pre dennú formu štúdia

Effects of the European Union – South Korea Free Trade Agreement on their mutual trade and investment operations

Cieľ práce:

Pomocou vedeckých metód preskúmať účinky Dohody o voľnom obchode medzi Európskou úniou a Kórejskou republikou na realizáciu vzájomného zahraničného obchodu a investícií.

Anotácia práce:

Pod tlakom zvyšujúcej sa konkurencie na svetových trhoch sú jednotlivé štáty nútené prijímať opatrenia na zvyšovanie efektívnosti, flexibility a konkurencieschopnosti. Dochádza k liberalizácii tovarových tokov, k eliminácii tarifných a netarifných prekážok obchodu, k uzatváraniu dohôd o voľnom obchode, najčastejšie na báze

regionálnej integrácie. K takýmto dohodám patrí aj Dohoda o voľnom obchode medzi Európskou úniou a Kórejskou republikou. Takéto dohody majú výrazný dopad na realizáciu tovarových a investičných tokov medzi zúčastnenými subjektmi. V snahe zefektívniť vzájomné formy obchodovania, dochádza k prehodnoteniu pôvodných a formovaniu nových obchodných metód. Danej problematike je preto venovaná veľká pozornosť ako na úrovni EÚ, tak aj na úrovni jednotlivých členských štátov, jej ústredných orgánov a strategických podnikateľských subjektov. Od uplatňovania tejto dohody v praxi, t. j. od roku 2011, nastali v realizácii zahraničnoobchodných a investičných vzťahov EÚ - KR určité zmeny, účinky ktorých je potrebné preskúmať a vyhodnotiť.

2. Vplyv Dohody o voľnom obchode CETA (Európska únia a Kanada) na energetickú bezpečnosť Európskej únie a Slovenskej republiky – téma určená pre externú formu štúdia

The European Union – Canada Comprehensive Economic and Trade Agreement – the possible impact on the European Union and the Slovak Republic energy security

Cieľ práce:

Pomocou vedeckých metód preskúmať a zhodnotiť vplyv energetických výziev EÚ vo svetle liberalizačných procesov Dohody o voľnom obchode medzi EÚ a Kanadou (CETA), analyzovať možnosti posilnenia energetickej bezpečnosti EÚ s ohľadom na možné dodávky LNG.

Anotácia práce:

Hrozba, že energie a ich dostupnosť sa vo svetovom hospodárstve stanú faktorom, ktorý bude rozhodovať o budúcom postavení a prosperite jednotlivých štátov, či ekonomických zoskupení, je mimoriadne aktuálna. A to najmä preto, že komplementárny efekt surovínových zdrojov má výrazný a priamy dopad na udržateľnosť a rast konkurencieschopnosti ekonomík. V prípade EÚ je táto problematika z dôvodu obmedzených zásob energetických surovín z vlastných zdrojov mimoriadne aktuálna. Súčasný výzvy v oblasti energetiky sú dynamické, vzájomne previazané a podliehajú zmenám v závislosti od vnútorných, regionálnych a globálnych podmienok. Preto EÚ, ako aj jednotlivé národné ekonomiky sa snažia zabezpečiť energetické zdroje nielen v dostatočnom množstve, ale aj v dostatočnej diverzifikácie a za akceptovateľné ceny. Nezabúdajúc pritom na ich efektívne využívanie. Jednu z alternatív predstavuje Kanada, ktorá vplyvom liberalizácie tovarových tokov v rámci dohody CETA uvoľňuje kapacity vybraných energonosičov, predovšetkým skvapalneného zemného plynu, aj pre trh EÚ. V rámci dizertačnej práce bude potrebné pristúpiť k analýze možných dodávok a ich vplyvov na makroúrovni tak, aby bolo možné vyhodnotiť ich efektívnosť z pohľadu zvýšenie energetickej bezpečnosti EÚ, ako aj sledovania strategických záujmov SR v tejto problematike.

doc. Ing. Otília ZORKÓCIOVÁ, PhD.

1. Aplikácia princípov trvalo udržateľného rozvoja ako nevyhnutná podmienka konkurencieschopnosti podnikateľských subjektov na medzinárodných trhoch (so zameraním na environmentálny marketing) – téma určená pre dennú formu štúdia

The application of sustainable development principles as a necessary requirement of business subjects competitiveness in international markets (focus on environmental marketing)

Cieľ práce:

Preskúmať, komparovať a sofistikovane vyhodnotiť najnovšie poznatky ekonomickej teórie a praxe vo sfére vývoja riešení problematiky trvalo udržateľného rozvoja - jeho jednej z najzávažnejších oblastí - environmentálnych rizík antropického pôvodu. Vychádzajúc zo zistených poznatkov identifikovať mieru významu ich dôležitosti, od celospoločensky globálnej až po firemnú úroveň, s bližším zameraním na možné aplikácie environmentálneho marketingu do podnikateľských stratégií firiem rôznych sfér hospodárskej praxe, v súvislostiach ich prepojenosti s optimálnym positioningom a konkurencieschopnosťou na medzinárodných trhoch. Diagnostikovať význam,

podstatu, príčiny a možnosti aplikácií inovatívnych metód environmentálneho marketingu do podnikateľských stratégií s predikovaním ich možných vývojových trendov a formulovaním efektívnych riešení pre budúcnosť.

Anotácia práce:

Dizertačná práca by mala vychádzať z reality súčasného globálneho vývoja ľudskej spoločnosti ovplyvňujúceho celé jej životné prostredie. Otázky trvalo udržateľného rozvoja v prepojení na spoločensky zodpovedné správanie a dodržiavanie jeho etických a morálnych princípov sa dotýkajú všetkých úrovní ľudskej spoločnosti, od najvyšších (globálnych, medzinárodných, národných) až po každého jednotlivca. Koniec 20. a začiatok 21. storočia prináša stále naliehavejší apel na aktivity podnikateľských subjektov správať sa v intenciách trvalo udržateľného rozvoja spoločensky zodpovedne. Prvotná, všeobecne deklarovaná skepsa, že uplatňovanie princípov zeleného marketingu vedie k zvyšovaniu nákladov a tým aj k ohrozovaniu konkurencieschopnosti firiem, sa mení v prospech ich environmentálnej výkonnosti, ktorá podmieňuje aj ich lepšiu ekonomickú, obchodnú a finančnú výkonnosť. Tým sa posúva aj dovedy jednostranný zámer spoločností od tzv. „profit only“ ku tzv. „3P - People, Planet, Profit“ v prepojení s aplikáciou cieľov tzv. Globálneho konceptu etického kódexu, kreovaného iniciatívou Global Compact, celosvetovo presadzujúceho základné princípy „spoločensky udržateľného podnikania“. Vychádzajúc z konštatovaného a tiež z reality, že ku kľúčovým charakteristikám súčasného globálneho vývoja na medzinárodných trhoch priradujeme stále náročnejšie konkurenčné podnikateľské prostredie, v ktorom efektívny positioning firiem sa stáva jedným zo základných predpokladov dosiahnutia a udržania si dlhodobej konkurenčnej výhody, tým aj aplikácia princípov environmentálneho marketingu, v intenciách spoločensky zodpovedného správania, predstavuje nevyhnutnosť. Aktuálne teoretické náhľady na predmetnú problematiku, ako aj skúsenosti ekonomickej praxe, spájajú optimálny positioning firiem so zavádzaním stále sofistikovanejších metód environmentálneho marketingu do ich podnikateľských stratégií. Tento proces je podmienený veľmi rýchlo sa meniacou medzinárodnou podnikateľskou realitou (zmenami makro ako aj mikro prostredia podnikateľských subjektov), v prepojení s najnovšími tendenciami vývoja inovatívnej a interaktívnej ekonomiky a s hektickým technologickým rozvojom, komplexne vstupujúcimi do všetkých fáz podnikateľských stratégií firiem. V nadväznosti na základnú východiskovú bázu by mala dizertačná práca zmapovať, preskúmať, komparovať a následne sofistikovane vyhodnotiť teoretické názorové prúdy ako aj praktické východiská formovania najnovších trendov pri aplikácii princípov trvalo udržateľného rozvoja, na globálnej - medzinárodnej úrovni, s konkretizáciou na uplatňovanie environmentálneho marketingu v podnikateľských stratégiách firiem rôznych sfér hospodárskej praxe ako aj úrovni medzinárodných trhov. Diagnostikovať jeho priame a nepriame efekty v kontexte zvyšovania optimálneho pôsobenia firiem na medzinárodných trhoch a zvyšovania ich konkurencieschopnosti. Komparovať a konfrontovať získané poznatky zahraničnej teórie a praxe zahraničných firiem s realitou na Slovensku, s predikovaním smerov možného vývoja predmetnej problematiky a formulovaním riešení pre budúcnosť. Dosiahnuté závery tiež podporiť príkladmi a výsledkami renomovaných medzinárodných výskumov ako aj uskutočnením a vyhodnotením vlastného - originálneho výskumu.