

Témy dizertačných prác na akademický rok 2019/2020

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

prof. Ing. Ferdinand DAŇO, PhD.

1. Úloha logistických centier vo zvyšovaní kvality distribučných služieb – téma určená pre dennú formu štúdia

The Role of Distribution Centers in Increasing the Quality of Distribution and Logistics Services

Cieľ práce:

Identifikovať význam distribučných centier so zameraním na zvyšovanie kvality distribučných a logistických služieb obchodných a výrobných spoločností.

Anotácia práce:

Práca sa bude zaoberať postavením a úlohami distribučných a logistických centier v podmienkach poskytovania globálnych distribučných a logistických služieb. Zadefinuje úlohy a funkcie distribučných centier ako významného prvku spôsobujúceho dynamiku pohybu statkov. Bude skúmať základné ekonomické, technologické, geografické a iné podmienky ovplyvňujúce zapojenie distribučných centier do procesov obchodovania. Zhodnotí distribučné aktivity vybraných distribučných centier smerujúcich do zvyšovania kvality poskytovania distribučných a logistických služieb obchodných a výrobných spoločností.

prof. Ing. Eva HANULÁKOVÁ, PhD.

1. Perspektívy a prínosy interného marketingu v činnosti firiem – téma určená pre dennú formu štúdia

Perspectives and Benefits of Internal Marketing in the Activities of the Firms

Cieľ práce:

Identifikovať možnosti a perspektívy uplatnenia princípov interného marketingu a navrhnúť postupy na jeho realizáciu na strategickej aj operatívnej úrovni v činnosti firmy.

Anotácia práce:

Interný marketing vychádza z poznania, že v moderne riadenej firme zamestnanec prestáva byť iba „výrobným nástrojom“, ale stáva sa neoddeliteľnou súčasťou budovania konkurenčnej výhody, pozitívneho imidžu firmy na verejnosti a hodnoty značky firmy a jej produktov. Firmy, ktoré aplikujú interný marketing si uvedomujú, že práve zamestnanci dokážu ovplyvniť mieru spokojnosti ich zákazníkov s dodanými produktmi či poskytnutými službami. Dizertačná práca sa zameria na skúmanie interného prostredia firiem a ich podmienok na uplatnenie princípov interného marketingu. Na základe výsledkov prieskumu sa navrhne koncepcia interného marketingu, jeho proces a nástroje so zreteľom na flexibilitu a efektivitu jeho pôsobenia v internom prostredí firmy.

2. Význam marketingu v kreovaní sociálne žiaduceho správania – téma určená pre dennú formu štúdia

The Importance of Marketing in Creating Socially Desirable Behavior

Cieľ práce:

Identifikovať možnosti a perspektívy uplatnenia princípov marketingu v oblasti zdravotníctva a navrhnúť optimálny marketingový program zameraný na dosiahnutie sociálne žiaduceho správania.

Anotácia práce:

Problematika civilizačných chorôb je vysoko aktuálna. Medzi faktory ich každoročného nárastu patria najmä nevhodný životný štýl, životné prostredie a nízka účasť obyvateľstva na preventívnych prehliadkach, spôsobená pravdepodobne nedostatočnou uvedomelosťou, informovanosťou a nízkou angažovanosťou relevantných subjektov (štát, pacient, médiá a pod.). Dizertačná práca sa zameria na

skúmanie postojov a motivácie vo vybranom segmente uskutočňovať sociálne žiaduce správanie. Na základe využitia vhodných segmentačných metód sa navrhne optimálny marketingový program a modelové riešenie sociálne orientovaného marketingu so zreteľom na dosiahnutie efektov vzťahujúcich sa na zmeny tohto správania.

3. Marketing ako súčasť cirkulárnej ekonomiky – téma určená pre externú formu štúdia

Marketing as a Part of the Circular Economy

Cieľ práce:

Identifikovať možnosti a perspektívy využitia marketingu v prechodnom období na cirkulárnu ekonomiku so zameraním na vybrané marketingové nástroje a navrhnuť stratégiu integrácie princípov cirkulárnej ekonomiky do marketingovej a podnikovej činnosti.

Anotácia práce:

Cirkulárna ekonomika je odrazom prechodu od súčasnej, lineárnej ekonomiky. Je novou víziou pre tvorbu hodnoty a jej dodanie zákazníkovi. Integrácia systému cirkulárnej ekonomiky do podnikovej činnosti prináša celý rad výhod, spojených s novými podnikateľskými modelmi, marketingom, inováciami či firemnou kultúrou. Prináša tiež zaujímavé výzvy spojené s využívaním nových technológií, meniacich sa vlastností výrobkov a ich životného cyklu. Dizertačná práca bude skúmať stav a úroveň zavedenia systému cirkulárnej ekonomiky vo firmách etablovaných v slovenskom podnikateľskom priestore, identifikovať úlohu, význam, prínosy a obmedzenia marketingu v systéme cirkulárnej ekonomiky so zameraním na marketingové stratégie firiem. Na základe výsledkov prieskumu sa navrhne nový podnikateľský model v súlade s princípmi cirkulárnej ekonomiky so zreteľom na ziskovosť a konkurenčnú výhodu.

4. Manažment internej značky – téma určená pre externú formu štúdia

Employer Branding Management

Cieľ práce:

Identifikovať s využitím diagnosticko - analytických metód strategickú pozíciu a hodnotu internej značky a na základe týchto zistení navrhnuť postupy a opatrenia na udržanie priaznivej pozície značky na trhu, jej upevnenie, resp. zlepšenie aktuálneho stavu.

Anotácia práce:

Interná značka, označovaná tiež ako zamestnávateľská značka predstavuje nový fenomén v strategickom prístupe firiem. Vyjadruje spôsob, akým je firma vnímaná ako zamestnávateľ jednak svojimi zamestnancami a jednak externým prostredím. Interná značka si vyžaduje uplatňovať strategický prístup k formovaniu, udržaniu a dodaniu jej hodnoty cieľovým skupinám. Dizertačná práca sa zameria na skúmanie kvantitatívnych a kvalitatívnych atribútov interného a externého prostredia spoločnosti s cieľom nájsť rovnováhu medzi internými zdrojmi firmy a jej možnosťami vo vzťahu k tvorbe konceptu značky ako zamestnávateľa. Na základe výsledkov a dosiahnutých zistení sa navrhne stratégia internej značky, budovania jej hodnoty, pozicionovanie a manažment.

doc. Ing. Ľubica KNOŠKOVÁ, PhD.

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

Using Design in Product Innovations and 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.

doc. Ing. Viera KUBIČKOVÁ, PhD.

1. Postoje k odpadu ako prejav spotrebiteľskej zodpovednosti a ich dôsledky pre cestovný ruch – téma určená pre dennú formu štúdia

Attitudes Towards Waste as a Manifestation of Consumer Responsibility and their Consequences for Tourism

Cieľ práce:

Identifikovať postoje spotrebiteľov k odpadu a ich dôsledky pre udržateľný rozvoj cestovného ruchu v zmysle stanovenia relevantných nástrojov a postupov riadenia odpadov.

Anotácia práce:

Cestovný ruch je subsektorom, ktorý je náročný na podmienky prostredia, v ktorom sa realizuje. Svetová spoločnosť vyvíja tlak na definovanie takých infraštruktúr, ktoré zabezpečia spotrebiteľovi služby cestovného ruchu environmentálne príťažlivé prostredie, a zároveň stimulujú environmentálne udržateľnú produkciu služieb cestovného ruchu. Spotrebiteľ je v zmysle otvorenej inovácie súčasťou tvorby podmienok pre environmentálne udržateľný rast. Zámerom záverečnej dizertačnej práce bude realizácia štúdie postojov spotrebiteľov k odpadu ako prejavu ich spoločenskej zodpovednosti. Na základe identifikácie uvedených postojov, práca predstaví model waste manažmentu, ktorý obsiahne nástroje a postupy sledujúce bezodpadové riešenia pre cestovný ruch.

2. Dizajn služieb – téma určená pre externú formu štúdia

Service Design

Cieľ práce:

Vytvorenie metodického nástroja zameraného na pomoc verejným inštitúciám pri aplikovaní efektívnych prvkov citizen-centric dizajnu služieb.

Anotácia práce:

Produktový dizajn v digitálnej dobe čelí posunu od navrhovania fyzických objektov k dizajnu spôsobu dodávania služieb a formovaniu užívateľských zážitkov. Na základe výskumu Európskej komisie je kvalita poskytovania verejných služieb považovaná za jeden z hlavných ukazovateľov kvality života v danej krajine. Severské krajiny boli historicky priekopníkmi v dizajne verejných služieb zameraných na obyvateľa ("citizen-centric"), čo sa následne premieta aj do ich popredných umiestení v indexe kvality života OECD. "Service Design" na Slovensku zatiaľ málokedy berie do úvahy potreby všetkých zúčastnených strán, a preto je vnímaná kvalita fungovania a spôsob dodania služieb nízka. Dizajn služieb, na rozdiel od produktového dizajnu, vyžaduje podstatne hlbší antropologický výskum, štúdium cieľovej skupiny a ekonomicko-prevádzkový pohľad na funkčnú realizáciu dodania služby. Záverečná dizertačná práca sa bude zaoberať všeobecným definovaním odboru dizajnu služieb v slovenskom prostredí, vytvorením metodického nástroja zameraného na pomoc verejným inštitúciám pri aplikovaní efektívnych prvkov citizen-centric dizajnu služieb, a týmto spôsobom pomôcť s prekonaním rozdielu kvality v dodávaní služieb v porovnaní s ostatnými krajinami OECD. Práca bude hodnotiť funkčnosť nástrojov pri redizajnovaní vybranej verejnej služby spolu s kvantitatívnou a kvalitatívnou analýzou stavu pred a po.

3. Inovačné systémy v cestovnom ruchu – téma určená pre externú formu štúdia

Tourism Innovation Systems

Cieľ práce:

Skúmať súčasné podmienky pre vznik, šírenie a zdieľanie poznatkov v prostredí pôsobnosti relevantných aktérov slovenského cestovného ruchu s dôrazom na stimuláciu inovácií a rozvoj inovačných systémov.

Anotácia práce:

Rozmer a technologická vyspelosť konkurencie v cestovnom ruchu vytvára tlak na zmeny v ponuke služieb cestovného ruchu. Zároveň sú evidentné nevyužitú kapacitu pre rozvoj nových produktov i destinácií v rámci cestovného ruchu v SR. Existencia a funkčnosť inovačných systémov v zahraničí vytvára zázemie pre rastové aktivity podnikov i destinácií. Záverečná dizertačná práca sa bude zaoberať štúdiom podmienok pre vznik a funkčnosť inovačných systémov na národnej, regionálnej i podnikovej úrovni. Následne identifikuje opatrenia a relevantné nástroje v oblasti knowledge manažmentu v cestovnom ruchu sledujúce funkčnú implementáciu inovačných systémov do praxe.

prof. Ing. Dagmar LESÁKOVÁ, CSc.

1. Marketing luxusných tovarov – téma určená pre dennú, resp. externú formu štúdia

Marketing of Luxury Products

Cieľ práce:

Identifikovať špecifiká marketingu luxusných tovarov, charakterizovať väzbu medzi zážitkovým marketingom a marketingom luxusných tovarov a vymedziť symboliku luxusu v osobnej spotrebe.

Anotácia práce:

Východiskom práce bude definovanie základných zložiek trhu luxusu, ktorý zaznamenáva v súčasnosti dynamický rast. Luxusné tovary budú v práci skúmané ako symbol osobnej identity a spoločenského statusu. Charakterizované budú rôzne segmenty zákazníkov, ktorí prejavujú záujem a kapacitu v nákupe luxusných tovarov. Pozornosť bude smerovaná na význam a rolu tzv. "nového luxusu" a "demokratizácie luxusu" ako nových trendov v nákupe luxusných značiek. Skúmaná bude USP luxusných značiek, faktory nákupu luxusných značiek a metódy pôsobenia marketérov v branži luxusu na zákazníkov. Posúdený bude potenciál nových technológií ako komunikačného a distribučného kanála vo sfére luxusu. Výsledkom práce bude návrh uplatnenia základných zložiek zážitkového marketingu do marketingu luxusných tovarov.

doc. Ing. Anna MICHÁLKOVÁ, PhD.

1. Hodnotenie ekonomického významu cestovného ruchu v destinácii – téma určená pre externú formu štúdia

Economic Importance of Tourism in a Destination

Cieľ práce:

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

Anotácia práce:

Práca vychádza z merania ekonomických prínosov cestovného ruchu na národnej úrovni a jeho metodiky. Opierajúc sa o analýzu rôznych metodických prístupov na meranie sekundárnych prínosov a komparáciu s vyspelými krajinami cestovného ruchu práca navrhne a aplikuje vhodnú metodiku merania na zvolený územný celok a identifikuje možnosti, predpoklady a obmedzenia jej využitia. Ekonomický význam cestovného ruchu v destinácii je hodnotený z aspektu jeho ekonomickej udržateľnosti v územnom celku.

doc. Ing. Andrej MIKLOŠÍK, PhD.

1. Viditeľnosť webovej stránky vo výsledkoch vyhľadávania v kontexte integrovaného marketingu – téma určená pre dennú formu štúdia

Search Visibility in the Context of Integrated Marketing

Cieľ práce:

Identifikácia pozície viditeľnosti vo výsledkoch vyhľadávania a nástrojov na jej dosiahnutie v rámci integrovaného marketingu a skúmanie jej vplyvu na efektivitu marketingových komunikačných programov.

Anotácia práce:

Práca sa zameriava na identifikáciu významu a pozície viditeľnosti webových stránok vo vyhľadávaní v procesoch integrovaného marketingu. V práci budú analyzované prístupy k integrácii, prínosy integrácie a efekty z pohľadu dosahovania stanovených komunikačných a marketingových cieľov. Predpokladá sa skúmanie výsledkov integrovanej marketingovej komunikácie z pohľadu oslovenia cieľového publika ako aj efektov z hľadiska budovania známosti značky, lojality a výsledkov predaja.

2. Zvýšenie efektivity využitia znalostných aktív v organizáciách v SR – téma určená pre externú formu štúdia

Enhancing the Effective Deployment of Knowledge Assets in Slovak Organisations

Cieľ práce:

Identifikácia benefitov a rizík manažmentu znalostných aktív v organizáciách, determinácia zrelosti implementácie manažmentu znalostí vo vybraných organizáciách a návrh opatrení na zvýšenie efektivity využitia znalostných aktív.

Anotácia práce:

Napriek množstvu literatúry na tému využitia manažmentu znalostí sa realizovalo málo výskumu v oblasti úlohy manažmentu znalostných aktív pri podpore rozhodovania a získavaní konkurenčnej výhody. Práca sa zameriava na zostavenie a implementáciu metodiky merania zrelosti implementácie procesov manažmentu znalostí v organizáciách, ktorá odhalí existujúci stav a umožní navrhnúť stratégiu na zvýšenie úrovne v budúcnosti. Výsledky a návrhy by mali pomôcť výrazne zvýšiť efektivitu využitia znalostných aktív vo vybraných organizáciách.

doc. Ing. Milan ORESKÝ, PhD.

1. Ekonomické, sociálne aspekty a dosahy koncentrácie v maloobchode v SR a zmeny v dodávateľských reťazcoch – téma určená pre dennú, resp. externú formu štúdia

Economic, Social Aspects and Impacts of Concentration in the Retail Sector in Slovakia and Changes in Supply Chains

Cieľ práce:

Vypracovanie náhľadu na súčasné a následné efekty koncentrácie v maloobchode, ich dôsledky a zmeny v dodávateľských reťazcoch. Pozícia a úloha regulácie.

Anotácia práce:

Smerovanie práce bude zamerané na identifikáciu a deskripciu procesov koncentrácie v maloobchode v SR ako východiskovú bázu zmien v dodávateľských reťazcoch, so zameraním na vybrané skupiny produktov a vymedzenie cieľa a primeranosti regulácie v oblasti obchodných vzťahov. Uskutočnený výskum vytvorí základ k formulácii námetov a odporúčaní pre podnikateľský marketing a obchodné činnosti obchodných podnikov.

2. Rodová rovnosť v obchode a marketingu v SR – minulosť, súčasnosť, trendy a očakávania v budúcnosti – téma určená pre dennú, resp. externú formu štúdia

Gender Equality in Trade and Marketing in Slovakia - Past, Present, Trends and Expectations in Future

Cieľ práce:

Vypracovanie odporúčaní v intenciách očakávaní vývoja rodovej rovnosti pre spotrebiteľský marketing, oblasť vzdelávania a prípravy ľudských zdrojov na obchodné a marketingové pozície.

Anotácia práce:

Dizertačná práca bude zameraná na spracovanie prehľadu o vývoji rozhodujúcich prvkov a charakteristík rodovej rovnosti v kontexte spoločenského a ekonomického

rozvoja Slovenska v 20. a začiatkom 21. storočia v oblastiach obchodných a marketingových (reklamných) činností. Podľa dostupnosti dát je vhodná komparácia s inými krajinami. Uskutočnený výskum v rámci doktorandskej práce vytvorí bázu, ktorá bude východiskom k formulácii socioekonomických očakávaní s podnetmi k využitiu v rozvoji vybraných prvkov spotrebiteľského marketingu a pre oblasť vzdelávania a prípravy ľudských zdrojov na obchodné a marketingové pozície.

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

prof. Ing. Peter BALÁŽ, PhD.

1. Vývoj zahraničnoobchodných vzťahov Čínskej ľudovej republiky - Európskej únie a možnosti uplatnenia sa európskych firiem - téma určená pre dennú formu štúdia

Development of Trade Relations of China - EU and Business Opportunities for European Companies

Cieľ práce:

Preskúmať hlavné zmeny v rozvojovej stratégii Číny a jej rastové trendy majúce vplyv na hospodárske napredovanie EÚ a na tomto základe identifikovať dlhodobý vývoj obchodných vzťahov ČĽR - EÚ vo vybranej oblasti. Na tomto základe:

- a) vyhodnotiť účinnosť dlhodobej stratégie EÚ v oblasti vonkajších ekonomických vzťahov s Áziou (ČĽR) na roky 2020-2030 a rámcovú účinnosť prijatých unitárnych opatrení týkajúce sa liberalizácie obchodných vzťahov a participácie na vybraných rozvojových projektoch,
- b) na báze analýzy rozhodujúcich ekonomických ukazovateľov preskúmať vývoj vzájomných ekonomických vzťahov (testovaním vybraných ukazovateľov matematickými alebo ekonometrickými metódami),
- c) na základe požiadaviek z hospodárskej praxe v obsahu projektu špecificky akcentovať jednu z troch priorít:
 - vzhľadom na pripravované projekty intenzifikácie elektromobility sa koncentrovať na vývoj vzájomných ekonomických vzťahov v oblasti automobilového priemyslu,
 - vzhľadom na realizáciu globálneho projektu Hodvábnej cesty (OBOR) sústrediť sa na skúmanie zmien a konzekvencií, ktoré jeho realizácia prinesie pre rozvojovú stratégiu EÚ a ekonomické záujmy firiem,
 - venovať pozornosť medzinárodnému energetickému trhu ovplyvnenému rastúcou spotrebou fosílnych palív v ČĽR a z toho plynúcimi dopadmi na svetové trhy s energetickými komoditami a z toho plynúcim zmenám v bilaterálnych vzťahoch medzi ČĽR a EÚ.
- d) formulovať konkrétne závery práce a poskytnúť kvalifikované podklady pre rozhodovacie procesy štátnej administratívy a systémové odporúčania pre inštitúcie venujúce sa tejto problematike (Eximbanka SR, SARIO).

Anotácia práce:

Skúmanie dlhodobého vývoja zahraničnoobchodných vzťahov ČĽR-EÚ, v kontexte globálnych zmien v celom svetovom hospodárstve potvrdzuje neustále rastúcu ázijskú dominanciu. Tá je však prirodzeným dôsledkom celkových zmien v medzinárodných ekonomických vzťahoch, v rámci ktorých na rastúci prílev čínskych tovarov, technológií a investícií už nie sú schopné krajiny efektívne sa adaptovať a bilaterálny deficit preto dlhodobo narastá. Uvedený vývoj vyvoláva potrebu zásadných zmien v rastových stratégiách a urýchlenie hospodárskych reforiem EÚ a v jej členských krajinách. Dôležitým nástrojom zlepšenia bilaterálnej obchodnej bilancie môže byť prienik európskych firiem na čínsky trh, hlavne v oblasti vysokých technológií a služieb. To si však vyžaduje lepšie znalosti o možnostiach podnikania v tejto krajine a mať unikátne produkty, o ktoré má čínsky trh záujem. ČĽR totiž systémovo podporuje vlastné rozvojové stratégie a odvetvovú fragmentáciu smeruje nielen k tomu, aby jej investície v zahraničí boli dlhodobo efektívne a aby boli „zasadené“ komplexným spôsobom do jej celkových geostrategických záujmov, no v konečnom dôsledku aj k tomu, aby ich prostredníctvom získavalo know-how v tých trhových segmentoch, v

ktorých zatiaľ domáca produkcia absentuje. Pre komunitárne orgány a firmy z EÚ je dôležité sa na takýto vývoj v bilaterálnych vzťahoch čo najrýchlejšie a čo najefektívnejšie adaptovať a systematicky vyhľadávať trhové medzery pre svoje vlastné uplatnenie sa. Nakoľko ešte nie je zrejmé, ktoré priority bude Európska komisia a členské krajiny v takomto adaptačnom procese podporovať boli vytipované tri dôležité okruhy ekonomických problémov majúcich na predpokladaný vývoj vzájomných zahranično-obchodných vzťahov dôležitý význam. V konečnom dôsledku z ich reálneho presadzovania plynúce efekty môžu mať pozitívny vplyv aj na vyrovnávanie dlhodobých diskrepancií, ktoré v obchode s ČĽR zaznamenáva EÚ, ale aj na celkovú „klímu“ medzinárodných obchodných vzťahov.

doc. Mgr. Elena KAŠŤÁKOVÁ, PhD.

1. Význam Eurázijskej hospodárskej únie pre strategické zábery v oblasti zahraničnoobchodných vzťahov Európskej únie (Slovenská republika) – téma určená pre dennú formu štúdia

Importance of the Eurasian Economic Union for Strategic Plans of the EU Foreign Trade Relations Area (Slovak Republic)

Cieľ práce:

Preskúmať zahraničnoobchodné vzťahy krajín Eurázijskej hospodárskej únie s EÚ, stanoviť význam danej hospodárskej únie pre strategické zábery obchodných vzťahov EÚ (so zameraním na Slovensko) a zhodnotiť vzájomné zahraničnoobchodné vzťahy 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 záberov EÚ v období globálnych geopolitických zmien a možné perspektívne oblasti vzájomnej hospodárskej spolupráce so zameraním na Slovensko.

2. Vplyv geopolitických zmien na hospodársku spoluprácu Čína – Rusko a ich konzekvencie na ekonomické zábery Európskej únie – téma určená pre externú formu štúdia

Impact of the Geopolitical Changes on China - Russia Economic Cooperation and Their Implications 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 perspektívny 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.

3. Perspektívy zahraničnoobchodných vzťahov Slovenska s krajinami západného Balkánu ovplyvnené súčasnými geopolitickými zmenami – téma určená pre externú 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.

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

1. Zahraničnoobchodné a investičné vzťahy Európskej únie v kontexte Brexitu a pozícia Slovenska – téma určená pre dennú formu štúdia

Foreign Trade and Investment of the European Union within the Context of Brexit and the Position of Slovakia

Cieľ práce:

Skúmať zahraničnoobchodné a investičné vzťahy a záujmy Európskej únie po odhlasovaní vystúpenia Spojeného kráľovstva Veľkej Británie a Severného Írska z Európskej únie a vyhodnotiť jeho vplyv na hospodárstvo EÚ a Slovenska.

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. Pozornosť sa preto sústreďuje 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. V tomto kontexte je potrebné venovať sa hospodárskym - najmä obchodným a investičným - vzťahom Európskej únie celkovo aj z pohľadu Slovenskej republiky ako členského štátu EÚ.

2. Význam inovácií a ich ochrany ako duševného vlastníctva pre zahraničný obchod a hospodárstvo Slovenska – téma určená pre dennú formu štúdia

Significance of Innovation and of their Protection as an Intellectual Property to the Slovak Foreign Trade and Economy

Cieľ práce:

Skúmať a posúdiť význam inovácií a ich ochrany ako duševného vlastníctva pre zahraničný obchod a hospodárstvo Slovenska a následne formulovať odporúčania 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 na podporu vytvárania ako aj samotnú realizáciu duševného vlastníctva.

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

Trade Defence Measures Applied in Economic Relations between the European Union and third Countries

Cieľ práce:

Na základe teoretických východísk a zahraničnoobchodnej praxe skúmať a zhodnotiť význam a uplatňovanie nástrojov na ochranu obchodu v hospodárskych vzťahoch Európskej únie s tretími krajinami a navrhnúť opatrenia na zlepšenie doterajších postupov.

Anotácia práce:

Napriek hlavnému cieľu liberalizovať svetový obchod v rámci Svetovej obchodnej organizácie (WTO) sú prípustné a v praxi aplikované aj ochranné nástroje, ktoré sú namierené proti neférovým praktikám v obchode. Ide o opatrenia na ochranu pred dumpingovými dovozmi, subvencovanými dovozmi a nadmernými dovozmi. Tieto nástroje - najmä antidumpingové a antisubvenčné opatrenia - využíva v rámci spoločnej obchodnej politiky aj EÚ. Rovnako ich využívajú tretie krajiny na ochranu voči dovozu z EÚ. Dizertačná práca sa zameria na charakteristiku jednotlivých nástrojov na ochranu obchodu podľa pravidiel WTO i spoločných pravidiel ochrany vyplývajúcich z legislatívy EÚ, ktorá bola v oblasti antidumpingových a antisubvenčných opatrení revidovaná, pričom zmeny nadobudli účinnosť v polovici roka 2018. Ďalej bude práca pojednávať o dumpingovom konaní, dumpingovej metodike na posudzovanie deformácií trhu v tretích krajinách i správach o výrazných deformáciách na trhoch tretích krajín. Pozornosť sa upriami aj na analýzu doterajšieho využívania opatrení na ochranu obchodu zo strany EÚ alebo tretích krajín (podrobne aj na vybranom prípade), účinnosť opatrení na ochranu obchodu a ich dôsledky pre jednotlivé hospodárske subjekty, či návrh opatrení 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. Zdieľaná ekonomika v službách cestovného ruchu na medzinárodnom trhu v podmienkach udržateľného rozvoja – téma určená pre dennú formu štúdia**
Sharing Economy in Tourist Services at International Market in Conditions of Sustainable Development

Cieľ práce:

Vyhodnotiť ekonomické, spoločenské a environmentálne impakty zdieľanej ekonomiky vo vybraných službách cestovného ruchu na medzinárodnom trhu a modelovať alternatívne riešenia s cieľom eliminovať negatívne javy.

Anotácia práce:

Teoretické prístupy ku vyhodnoteniu troch, resp. piatich pilierov udržateľnosti zdieľanej ekonomiky vo vybraných službách cestovného ruchu. Analýza zdieľaných vybraných služieb na medzinárodnom trhu na strane ponuky a dopytu. Aplikácia platformy "P2P". Vyhodnotenie problémových javov vo vzťahu ku štátu a samospráve. Modelovanie alternatívnych riešení s cieľom eliminovať negatívne javy zdieľanej ekonomiky v podmienkach udržateľného rozvoja.

- 2. MICE v Slovenskej republike a konkurencieschopnosť na medzinárodnom trhu – téma určená pre externú formu štúdia**
MICE in the Slovak Republic and Competitiveness at International Market

Cieľ práce:

Vyhodnotiť podmienky pre realizáciu MICE (mítingy, incentíva, kongresy, podujatia) v SR (resp. aj v konkrétnej lokalite alebo podniku) a navrhnúť riešenia pre konkurencieschopnosť SR (resp. konkrétnej lokality, alebo konkrétneho MICE podniku) na medzinárodnom trhu.

Anotácia práce:

MICE a súčasné trendy na medzinárodnom trhu. Analýza predpokladov pre realizáciu MICE v SR (resp. aj v konkrétnej lokalite). Vyhodnotenie konkurencieschopnosti SR v zmysle Porterovho modelu a indexu konkurencieschopnosti. Návrhy riešení s cieľom efektívneho funkčného MICE v skúmanej destinácii, resp. lokalite. Štúdia uskutočniteľnosti.

doc. Ing. Otília ZORKÓCIOVÁ, PhD.

- 1. Startupy – podstata ich konkurenčných výhod na medzinárodných trhoch – téma určená pre dennú formu štúdia**
Start-ups- the Essence of their Competitive Advantages in the International Markets

Cieľ práce:

Preskúmať, komparovať a sofistikovane vyhodnotiť najnovšie poznatky ekonomickej teórie a praxe vo sfére vývoja riešení problematiky vzniku, rozvoja a podpory startupov, ako v súčasnosti vysoko efektívnej štartovacej podnikateľskej stratégie, úspešnej pri presadzovaní sa firmami v tvrdom konkurenčnom prostredí medzinárodných trhov. Vychádzajúc zo zistených poznatkov identifikovať mieru významu dôležitosti startupov od celospoločensky globálnej až po firemnú v rôznych sférach hospodárskej praxe. Diagnostikovať význam, podstatu, príčiny a možnosti aplikácií inovatívnych podnikateľských stratégií startupov s predikovaním ich možných vývojových trendov a formulovaním efektívnych riešení pre budúcnosť.

Anotácia práce:

Dizertačná práca by mala vychádzať z reality súčasného globálneho ekonomicko-spoločenského vývoja na medzinárodných trhoch, kedy rozvoj vedomostného manažmentu spolu s globalizačnými tendenciami podmieňujú dynamický nárast inovácií v celosvetovom meradle. Otázky úspešnosti firmami, vo vysoko konkurenčnom globálnom prostredí sa odvíjajú od aplikácie marketingových podnikateľských stratégií využívajúcich intelektuálne zdroje, ktoré predstavujú fundamentálny aspekt úspechu podniku. Pritom môžu nadobúdať rôznu podobu a zohrávať rozdielnu úlohu v závislosti od sféry hospodárskej praxe. Nevyhnutnosťou úspechu sa stáva existencia konkurenčných výhod, na základe ktorých získava firma špecifickú pridanú hodnotu oproti ostatným. Keďže súčasný spoločensko-ekonomický vývoj je podmienený veľmi rýchlo sa meniacou medzinárodnou podnikateľskou realitou (zmenami marketingového makro aj mikro prostredia podnikateľských subjektov) v prepojení s najnovšími tendenciami vývoja inovatívnej a interaktívnej ekonomiky a s hektickým technologickým rozvojom, komplexne vstupujúcim do všetkých fáz podnikateľských stratégií firmami, len tie z nich, ktoré vedú zachytiť a zúročiť uvedené skutočnosti môžu byť úspešné. V nadväznosti na uvedenú základnú východiskovú bázu by mala dizertačná práca zmapovať, preskúmať, komparovať a následne sofistikovane vyhodnotiť teoretické názorové prúdy ako aj praktické východiská najnovších trendov vzniku, rozvoja ako aj rôznych foriem podpôr startupov, s konkretizáciou uplatňovania ich podnikateľských stratégií v rôznych sférach hospodárskej praxe a na rôznych úrovniach medzinárodných trhov. Diagnostikovať priame a nepriame efekty ich podnikateľských aktivít v kontexte možných medzinárodných rizík a spôsobov ich eliminácií. Komparovať a konfrontovať získané poznatky zo zahraničnej teórie a praxe startupov s realitou na Slovensku. Predikovať smery možného vývoja predmetnej problematiky a formulovať jej riešenia pre budúcnosť. Dosiahnuté závery tiež podporiť príkladmi a výsledkami renomovaných medzinárodných výskumov aj uskutočnením a vyhodnotením vlastného originálneho výskumu.