**OKRUHY KU KOLOKVIÁLNEJ ČASTI ŠTÁTNEJ SKÚŠKY A ĎALŠIE POKYNY**

**(ak. rok 2024/2025)**

**pre končiaci ročník magisterského štúdia**

**(v dennej aj externej forme)**

**v študijnom odbore Ekonómia a manažment,**

**v študijnom programe Manažment**

Štátna skúška sa vykonáva pred skúšobnou komisiou na vykonanie štátnej skúšky. Komisia pre štátne skúšky je minimálne štvorčlenná a menuje ju dekan fakulty. Prácu komisie riadi jej predseda, ktorého menuje dekan fakulty. Priebeh štátnej skúšky a vyhlásenie jej výsledkov sú verejné. Rozhodovanie skúšobnej komisie o výsledkoch štátnej skúšky a obhajoby záverečnej práce sa koná na neverejnom zasadnutí skúšobnej komisie.

**Štátna skúška** magisterského štúdia **v študijnom odbore Ekonómia a manažment v študijnom programe Manažment** pozostáva **z 2 predmetov:**

1. **Predmet štátnej skúšky: Obhajoba diplomovej práce**
2. **Predmet štátnej skúšky: Štátna skúška (kolokvium) z 2 zverejnených tematických okruhov (vybraných statí).**

**Každý z oboch predmetov štátnej skúšky sa hodnotí samostatne**, a to klasifikačnými stupňami A až FX.

A - výborne – vynikajúce výsledky (numerická hodnota 1),

B - veľmi dobre – nadpriemerné výsledky (1,5),

C - dobre – priemerné výsledky (2),

D - uspokojivo – prijateľné výsledky (2,5),

E - dostatočne – výsledky spĺňajú minimálne kritériá (3),

FX - nedostatočne – (4).

**Celkové hodnotenie štátnej** skúšky sa vypočíta z priemeru známok jednotlivých predmetov štátnej skúšky. Hodnotenie:

A – 1,00 – 1,25

B – 1,26 – 1,75

C – 1,76 – 2,25

D – 2,26 – 2,75

E – 2,76 – 3,00

FX – 3,01 – a vyššie

Ak niektorá časť štátnej skúšky bola hodnotená stupňom nedostatočne (FX), celkové hodnotenie štátnej skúšky je „neprospel“.

**Štruktúra a procesuálna stránka štátnej skúšky:**

1. Obhajoba záverečnej práce sa uskutočňuje pred komisiou pre štátne skúšky a jej súčasťou sú:

* úvodné slovo študenta (oboznámenie s prácou),
* 2 posudky (školiteľ, oponent; ak je práca bez školiteľa - 2 oponenti), Protokol o kontrole originality,
* reakcia študenta na posudky,
* rozprava, diskusia.

1. Zodpovedanie otázky, resp. odborná diskusia, odborná rozprava o niektorých vybraných otázkach formou kolokvia. Otázky môžu byť položené z niektorých doleuvedených **2 tematických** okruhov **štátnej skúšky** – vybraných statí, na ktoré je každý študent povinný sa pripraviť. Je na uvážení predsedu a členov skúšobnej komisie, z ktorých z týchto okruhov vyberú (nevyberú) konkrétne témy otázky. Sú možné (niekedy aj vítané) v prípade potreby aj prepojenia vo vzťahu k niektorým teoretickým aspektom záverečnej diplomovej práce. Z každého z 2 uvedených tematických okruhov môže dostať študent v rámci kolokvia min. 1 otázku. Tematické okruhy otázok sú uvedené v ďalšom texte nižšie.

Na Fakulte manažmentu, ekonomiky a obchodu PU v Prešove v akademickom roku 2024/2025 sa **štátne skúšky magisterské**, ktorých súčasťou sú **obhajoby diplomových prác** (vždy spolu) budú konať podľa Harmonogramu ak. roka **od 26.05.2025 do 30.05.2025**.

Výučba pre študentov končiacich ročníkov magisterského štúdia v letnom semestri končí **25.04.2025,** pri prenesených predmetoch **16.05.2025**, termín odovzdania diplomovej práce je najneskôr do **30.04.2025** **(12:00).** Spôsob registrácie určuje [**Smernica o náležitostiach záverečných prác, ich bibliografickej registrácii, kontrole originality, uchovávaní a sprístupňovaní**](http://www.unipo.sk/public/media/3499/opatrenie%20rektora%20=%20smernica%20ZP.doc). Pri registrácii práce študent udáva/zaškrtáva*bezodkladné zverejnenie*!

Absolventovi magisterského štúdia (t. j. štúdia 2. stupňa) po zvládnutí všetkých študijných povinností, úspešnom absolvovaní obhajoby diplomovej záverečnej práce a úspešnom absolvovaní magisterskej štátnej skúšky sa udeľuje akademický titul **magister,** v skratke **„Mgr.“.**

Termín slávnostnej promócie je 26.06.2024.

**\*\*\***

**Tematické okruhy kolokviálnej štátnej skúšky**

***Študent je schopný prezentovať výsledky štúdia vybraných disciplín v súlade s profilom absolventa v rámci základnej manažérskej gramotnosti ako manažérskej kompetencie a aktívne sa zapája do odbornej diskusie v rámci okruhu.***

**1. Finančný manažment, medzinárodný manažment a marketingový manažment – vybrané state**

Finančný manažment – vymedzenie pojmu, charakteristika, ciele, funkcie. Zdroje financovania podniku. Crowdfunding. Rizikový kapitál – klasifikácia, subjekty na trhu. Investičné rozhodovanie. Investorský trojuholník a investovanie. Rizikovosť investícii. Klasifikácia investícií a investičné stratégie. Metódy hodnotenia efektívnosti investičných projektov. Finančné deriváty. Forwardy a futurity. Finančné a reálne opcie. Hodnotenie finančnej výkonnosti podniku. Analýza a význam vzájomných vzťahov medzi finančnými ukazovateľmi. Matematicko-štatistické metódy a metódy bodového hodnotenia finančnej situácie – charakteristika, výhody a nevýhody. Význam finančného plánovania vo finančnom manažmente podniku. Fúzie a akvizície podnikov a ich finančné aspekty.

Podstata a funkcie medzinárodného manažmentu. Procesy globalizácie, internacionalizácie, interdependencie a ich vplyv na medzinárodné podnikanie. Medzinárodné podnikateľské a internacionalizačné stratégie a ich význam. Formy a metódy vstupu na zahraničné trhy (export, medzinárodný pohyb know-how, kapitálové vstupy na zahraničné trhy). Organizačné štruktúry v medzinárodnom prostredí. Podniková kultúra a etika v medzinárodných podmienkach. Spoločenská zodpovednosť organizácií. Charakteristika a vývoj transnacionálnych korporácií. Špecifiká riadenia ľudských zdrojov a úloha manažérov v podmienkach medzinárodného podnikania. Medzinárodné distribučné systémy.

Podstata a význam marketingového manažmentu. Marketingové prostredie a diagnostika marketingového prostredia. Marketingový informačný systém. Rastové stratégie marketingového riadenia. Konkurenčné stratégie marketingového riadenia. Marketingová stratégia S-T-P. Rozhodovací proces spotrebiteľov. Faktory ovplyvňujúce spotrebiteľské správanie. Aplikovanie základných nástrojov marketingového mixu – produkt, cena, distribúcia a marketingová komunikácia. Nástroje online a digitálneho marketingu v kontexte marketingového manažmentu. Trendy v marketingovej komunikácií. Marketingový manažment v praxi.

**2. Aplikovaná štatistika – vybrané state**

Pojem štatistika, deskriptívna a induktívna štatistika, výskum a prieskum, kvalitatívny a kvantitatívny výskum. Etapy kvantitatívneho výskumu – výskumný problém, výskumná otázka, premenná a jej druhy, hypotéza, primárne a sekundárne dáta, odľahlé a extrémne hodnoty, kódovanie, triedenie a spracovanie dát. Dotazník – štandardizovaný a neštandardizovaný, štruktúra dotazníka, zásady tvorby a druhy otázok (položiek) v dotazníku, tvorba a druhy škál. Výskumný súbor – základný a výberový súbor, náhodný a nenáhodný výber. Štatistické ukazovatele miery polohy. Štatistické ukazovatele miery variability. Štatistické hypotézy a ich testovanie, postup pri testovaní. Parametrické a neparametrické testy. Korelačná analýza – pozitívna a negatívna korelácia, Pearsonov korelačný koeficient a jeho vlastnosti, Spearmanov koeficient poradovej korelácie a jeho vlastnosti. Kontingencia a *χ*2 test nezávislosti. Regresná analýza – závislá premenná, nezávislá premenná, cieľ regresnej analýzy, rozdiel medzi jednoduchou a viacnásobnou regresnou analýzou, konštanta a jej interpretácia, regresný koeficient a jeho interpretácia, rezíduum, multikolinearita, homoskedasticita, koeficient determinácie.