

<b>Vysoká škola:</b> Žilinská univerzita v Žiline		
<b>Fakulta:</b> Fakulta riadenia a informatiky		
<b>Kód predmetu:</b> 6BM0028	<b>Názov predmetu:</b> základy výskumu v manažmente (ZVM)	
<b>Povinnosť predmetu:</b> Povinný; <b>Ukončenie:</b> Skúška		
<b>Profilový predmet:</b> áno <b>Predmet jadra:</b> áno		
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b>		
Týždenný počet hodín výučby vo forme prednášky, cvičenia, semináre, klinickej praxe	Prednášky: 2 hodín Cvičenia: 0 hodín Lab.cvičenia 2 hodín	
Metóda, akou sa vzdelávacia činnosť uskutočňuje	Výučba sa uskutočňuje prezenčne	
Metódy dosiahnutia výsledkov vzdelávania	Prednášky: prednášky s výkladom, metóda otázok a odpovedí, motivačné rozprávanie, vysvetľovanie, prednáška s podporou multimédií, brainstorming  Cvičenia: motivačný rozhovor, pochvala, povzbudenie, poskytovanie spätnej väzby, vysvetľovanie, diskusia v skupine, riešenie zadaní, interpretácia a prezentovanie výsledkov, priebežné skúšanie a poskytovanie spätnej väzby	
<b>Počet kreditov:</b> 5		
<b>Záťaž študenta:</b> 125 hodín; z toho priama výučba: 52 hodín, práca na projektoch a zadaných úlohách: 58 hodín, individuálne štúdium: 15 hodín		
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> zimný, 3. ročník		
<b>Stupeň štúdia:</b> 1		
<b>Podmieňujúce predmety:</b> Prerekvizity:  Korekvizity:		
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> Priebežné hodnotenie: Hodnotenie cvičení: Vypracovanie zadaných úloh: max 20 b. Vypracovanie projektu prieskumu vrátane jeho obhajoby: max 30 b. Celkom: max 50 b. Minimálny počet bodov pre možnosť zapísať sa na skúšku: 31 b.  Konkretizácia jednotlivých úloh (téma projektu, jeho osnova, témy zadaní...) spolu s termínmi je uvedená na e-vzdelávaní. Záverečné hodnotenie: Skúška je písomná. Písomná časť pozostáva z uzavretých aj otvorených otázok. Skúška: min. 30 b. – max. 50 b.		
Formy a metódy hodnotenia	Váha %	Oblasť vedomostí, zručností, kompetentností
Riešenie zadaných úloh	20	
Vypracovanie a obhajoba projektu prieskumu	30	
Skúška	50	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent po absolvovaní predmetu: - pozná metódy prieskumu trhu a postupy spracovávania údajov a analýz na štatistické zisťovanie a vyhodnocovanie štatistických prieskumov,		

- vie použiť metódy získavania a spracovania údajov, definovať problém, cieľ a účel prieskumu, výberovú vzorku a realizovať prieskum,
- vie štatisticky spracovať získané údaje a vhodne ich interpretovať,
- pozná základy operačného výskumu, vie formulovať matematické modely základných úloh lineárneho programovania a riešiť ich prostredníctvom algoritmov a softvérových nástrojov.

#### Stručná osnova predmetu:

1. Prieskum ako základ výskumu – ciele, účel, vymedzenie, druhy prieskumov.
2. Definovanie problému výskumu, cieľov, vhodné techniky spracovania (myšlienková mapa).
3. Orientačná analýza situácie – význam, rozsah, metódy a techniky spracovania, podstata sekundárneho prieskumu, zdroje informácií, filtrovanie podstatných informácií.
4. Plán projektu prieskumu a výberová vzorka – hlavné časti, ich základné vymedzenie a náplň. Výberová vzorka - rámec, spôsob výberu a veľkosť vzorky, najčastejšie problémy pri stanovovaní výberovej vzorky, odporúčania.
5. Základné spôsoby a techniky zberu údajov (dotazník, rozhovor, pozorovanie...), dotazník – tvorba, škálovanie, základné typy otázok, najčastejšie chyby, rozhovor - typy, scenáre.
7. Spracovanie zhromaždených údajov – štatistické vyhodnotenie, využitie kódovania a filtrovania údajov.
8. Interpretácia výsledkov prieskumu – grafická a slovná interpretácia, prezentácia.
9. Základy operačného výskumu
10. Formulácia základných modelov lineárneho programovania
11. Algoritmus simplexovej metódy na riešenie úloh lineárneho programovania a analýza citlivosti riešenia na zmenu koeficientov modelu
12. Softvérové nástroje na riešenie úloh lineárneho programovania

#### Odporúčaná literatúra:

- Kozel, R., Mynařová, L., Svobodová, H. Moderní metody a techniky marketingového výzkumu, Grada, 2011, ISBN 978-80-247-7299-8.
- Tahal, R. Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy. Grada, 2017, ISBN 9788027102068
- Foret, M., Melas, D. Marketingový výzkum v udržitelném marketingovém managementu. Grada, 2020, ISBN 978-80-271-4062-6
- KOZEL, R. 2006. Moderní marketingový výzkum. Praha: Grada Publishing. 2006. ISBN 80-247-0966-X.
- HITTMAR, Š. Manažment. Žilina: EDIS – vydavateľstvo ŽU, 2011

Ďalšia odporúčaná literatúra a vedecké/odborné články z danej oblasti.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:** slovenský

#### Poznámky:

#### Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 265

A	B	C	D	E	FX
27.17 %	31.70 %	24.53 %	10.94 %	4.91 %	0.75 %

#### Vyučujúci:

Prednášky: doc. Ing. Viliam Lendel, PhD.

Cvičenia: doc. Ing. Viliam Lendel, PhD.

**Dátum poslednej zmeny:** 2022-08-02 13:34:17.390

**Garant predmetu:** doc. Ing. Viliam Lendel, PhD.

**Schválil:** doc. Ing. Viliam Lendel, PhD. (garant ŠP)