Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMEDV/26bdDIZO41/26
Názov predmetu	podnikanie v digitálnom prostredí I.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	prof. Mgr. Norbert Vrabec, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Vypracovanie a obhajoba prvej verzie vlastného podnikateľského plánu. 80 % hodnotenia tvorí vypracovaná prvá verzia podnikateľského plánu. 20 % hodnotenia tvorí jeho prezentácia a obhajoba.
Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov (celkovo 56 bodov zo 100).
Záverečná hodnotiaca stupnica:
A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami ‹92-100 %›
B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami ‹83-91 %›
C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky ‹74-82 %›
D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby ‹65-73 %›
E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám ‹56-64 %›
FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta ‹0-55 %›

Výsledky vzdelávania

Študentky a študenti po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti zručnosti, kompetencie:
Vedomosti:
• poznajú rôzne typy podnikateľských modelov v digitálnom prostredí, ako je e-commerce, dropshipping, affiliate marketing, SaaS, a modely založené na obsahu, a rozumejú ich charakteristikám a špecifikám.
• rozumejú metodike tvorby komplexného digitálneho podnikateľského plánu, vrátane definovania vízie, cieľov, finančného plánovania a štruktúry produktu alebo služby.
• sú oboznámení s procesom identifikácie podnikateľskej príležitosti, analýzy trhu a konkurencie.
• majú poznatky o rôznych možnostiach financovania pre začínajúce projekty a základných princípoch tvorby rozpočtu a finančnej predikcie.
• poznajú základné princípy projektového manažmentu a vedia, ako premeniť podnikateľský plán na reálne úlohy a časový harmonogram.
• rozumejú dôležitosti budovania značky a online reputácie, ako aj stratégiám rastu a škálovania v digitálnom prostredí.
Zručnosti:
• dokážu samostatne a detailne vytvoriť a obhájiť digitálny podnikateľský plán,
• vedia identifikovať medzeru na trhu a navrhnúť produkt alebo službu, ktorá prinesie hodnotu cieľovej skupine,
• sú schopní testovať podnikateľské nápady pomocou prieskumov, prototypov a testovacích stránok, aby si overili ich životaschopnosť,

• vedia vytvoriť základný finančný plán a rozpočet pre svoj digitálny projekt a orientujú sa v možnostiach financovania,
• dokážu transformovať podnikateľský plán na praktické úlohy a riadiť projekt v čase, delegovať úlohy a pracovať v tíme,
• sú schopní vybudovať základnú online identitu, navrhnúť komunikačnú stratégiu a identifikovať príležitosti pre rast a škálovanie podniku.
Kompetencie:
• schopnosť komplexne a strategicky plánovať (dokážu premeniť nápad na reálny a udržateľný digitálny podnikateľský plán).
• schopnosť projektového plánovania (od prvotného nápadu cez plánovanie až po jeho obhajobu a implementáciu).
• schopnosť kritickej analýzy trhu (dokážu kriticky analyzovať trhové prostredie, identifikovať príležitosti a riziká pre svoj podnikateľský zámer).
• schopnosť orientovať sa v základných možnostiach pre získanie externého financovania.
• schopnosť práce v tíme a budovania vzťahov (vedia efektívne spolupracovať v tíme a nadväzovať partnerstvá).

Stručná osnova predmetu

1) Úvod do digitálneho podnikania: Čo definuje podnikanie v digitálnom prostredí, jeho výhody, riziká a kľúčové globálne trendy.
2) Typológia digitálnych podnikateľských modelov I.: Charakteristika modelov založených na predaji produktov (e-commerce, dropshipping, affiliate marketing, digitálne produkty).
3) Typológia digitálnych podnikateľských modelov II.: Charakteristika modelov založených na službách (SaaS, online konzultácie, predplatné služby).
4) Typológia digitálnych podnikateľských modelov III.: Charakteristika modelov založených na obsahu (affiliate marketing, obsahové podnikanie, influencer marketing).
5) Identifikácia podnikateľskej príležitosti I.: Ako nájsť medzeru na trhu, analýza cieľovej skupiny a konkurencie.
6) Identifikácia podnikateľskej príležitosti II.: Ako nájsť medzeru na trhu, analýza cieľovej skupiny a konkurencie.
7) Tvorba digitálneho podnikateľského plánu: Teória a štruktúra podnikateľského plánu, od vízie po finančné predpoklady.
8) Definovanie vízie a cieľov projektu: Formulovanie vízie, cieľov a stanovovanie merateľných cieľov (KPI).
9) Návrh produktu alebo služby I.: Detaily produktu alebo služby, akú hodnotu prinesie zákazníkovi a čím sa odlíši od konkurencie.
10) Návrh produktu alebo služby II.: Detaily produktu alebo služby, akú hodnotu prinesie zákazníkovi a čím sa odlíši od konkurencie.
11) Testovanie podnikateľského nápadu: Techniky pre overenie záujmu o produkt alebo službu (prieskumy, prototypy, testovacie landing pages).
12) Prezentácie prvej verzie podnikateľského plánu.

Odporúčaná literatúra

Allen, J. P. (2019). Digital entrepreneurship. Routledge.
Benham, A. (2024). The digital marketing handbook: Create a simple strategy and grow your business online. Laurence King Publishing.
Grayson, R. (2023). Foundations in digital marketing [Open textbook]. Bccampus. https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/1602
Hedberg, R. (2023). How to write a business plan with no experience: A simple guide with tons of business plan examples to achieve a successful business and attain profitability. Independently published.
Morabito, V. (2022). Digital entrepreneurship. Cambridge University Press.

Olson, T. (2015). Digital project management: The complete step-by-step guide to a successful launch. J. Ross Publishing.
Wirtz, B. W. (2024). Digital business and electronic commerce: Strategy, business models and technology. Springer.