Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/26bdSPOT26/26
Názov predmetu	behaviorálna ekonómia
Rozsah	2P
Počet kreditov	3
Vyučujúci	Ing. Tomáš Fašiang, PhD., MSc. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Podmienkou absolvovania predmetu je absolvovanie záverečného testu minimálne na 56%. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie (t.j. max. 4 vyučovacie hodiny). V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na seminároch (Pozri Študijný poriadok UCM, § 13). Študent s individuálnym študijným plánom musí okrem uvedených podmienok pre absolvovanie predmetu odovzdať na konci semestra extra seminárnu prácu na vymedzenú tému. V prípade vymeškania viac ako polovice seminárov nie je možné sa zúčastniť skúšky a tento predmet ukončiť.
Záverečná hodnotiaca stupnica: 100% – 92% =A 91% - 83% =B 82% – 74% =C 73% – 65% =D 64% - 56% =E 55% a menej = FX.

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:
• oboznámi sa s vybranými ekonomickými problémami súčasnej spoločnosti z pohľadu jednotlivca, podnikateľského subjektu a ekonomiky ako celku,
• je schopný porozumieť základným ekonomickým teóriám a ich fungovaniu, posúdi kriticky ich fungovanie z pohľadu konkrétneho podniku,
• pochopí základné procesy fungovania trhu,
• aplikuje získané vedomosti na riešení konkrétnych javov v marketingovej praxi,
• získa teoretické aj praktické poznatky o psychologických faktoroch ovplyvňujúcich ekonomické rozhodovanie.
• získané vedomosti poskytnú študentovi nevyhnutný základ pre ďalšie prehlbujúce štúdium problematiky riadenia podniku.

Stručná osnova predmetu

1. Vymedzenie základných pojmov a kategórií ekonomickej teórie.
2. Základné typy ekonomík a problémy organizácie ekonomík.
3. Trh, trhový mechanizmus.
4. Výrobné faktory.
5. Hospodárska politika.
6. Peniaze a bankový systém.
7. Základné formy podnikania.
8. Základy behaviorálnej ekonómie.

9. Vplyv emócií na ekonomické rozhodovanie.
10. Kognitívne skreslenia a heuristiky.
11. Aplikácia behaviorálnych stratégií v marketingu.

Odporúčaná literatúra

Baláž, V. (2009). Riziko a neistota: Úvod do behaviorálnej ekonómie a financií. VEDA. Bednárik, J., Fašiang, T., & Jánošová, D. (2024). Ekonómia: základ pre strategické myslenie marketéra (1. vyd.). Letra Edu. Cartwright, E. (2024). Behavioral economics (4th ed.). Routledge. Čaplanová, A., et al. (2022). Ekonómia. Wolters Kluwer. Thaler, R. H. (2017). Neočekávané chování: Příběh behaviorální ekonomie (1. vyd.). Argo

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk