

## Katedra manažmentu

### Študijný program: Ekonomika a manažment podniku

### Študijný odbor: 8. Ekonomia a manažment

### Témy rigorózných prác 2024/2025

#### 1. Analýzy potreby rovesníckeho a medzigeneračného vzdelávania v oblasti finančnej gramotnosti

Skúmanou problematikou rigorózne práce je problematika rovesníckeho vzdelávania v oblasti finančnej gramotnosti. Rovesnícke vzdelávanie predstavuje jednu z foriem, ktorá pre žiakov atraktívnym spôsobom sprostredkuje nové informácie a vedomosti. Rigorózna práca bude prostredníctvom dotazníkového prieskumu medzi žiakmi a pedagógmi základných škôl vo vybranom okrese Slovenska zisťovať potrebu rovesníckeho vzdelávania. Vzdelávanie v oblasti finančnej gramotnosti bude pritom realizované žiakmi strednej odbornej školy s ekonomickým zameraním. Tí budú mládeži prístupným spôsobom zdieľať vedomosti týkajúce sa problematiky finančnej gramotnosti.

#### 2. Výzvy podnikania v maloobchode v digitálnej dobe

V rigorózne práci budú spracované teoreticko-metodologické princípy riadenia maloobchodnej prevádzky, marketingový proces sústredený na uspokojovanie potrieb spotrebiteľa vzhľadom na vplyv vonkajších faktorov a organizácia prostredia maloobchodnej prevádzky za účelom výnimočnej ponuky pre spotrebiteľa, ktorá je výsledkom realizácie obchodu a najmä návratu spokojného zákazníka. Na základe aplikovania teórie v praxi bude cieľom rigorózne práce analýza a návrh prispôsobenia sa prevádzky v digitálnej dobe, manažment predajného priestoru vzhľadom na rýchle tempo zmien v spoločnosti a virtuálnej konkurencie, ktorá spôsobuje úbytok návštevnosti v kamenných prevádzkach. Navrhnuté budú základné pravidlá pre úspešnosť predaja ako záruka spokojného zákazníka, ktorý prevádzku opäť navštívi.

Kľúčové slová: maloobchod, spotrebiteľské správanie, spokojnosť zákazníka, digitálna doba, kamenná obchod

Challenges of doing retail business in the digital age

In a rigorous work will be elaborated the theoretical and methodological principles of managing retail operations, the marketing process focused on satisfying the consumer needs due to the influence of external factors, and the organization of the retail operation environment for the purpose of an exceptional offer for the consumer, which is the result of the business realization and especially the return of a satisfied customer. Based on the application of the theory in practice, the goal of rigorous work will be the analysis and proposal of the adaptation of operations in the digital age, the management of the sales space due to the rapid pace of changes in society and virtual competition, which causes a decrease in shopping in brick-and-mortar operations. Basic rules for successful sales will be proposed as a guarantee of a satisfied customer who will visit the shop again.

Key words: retail, consumer behavior, customer satisfaction, digital age, brick-and-mortar store