

Študijný program: Ekonomika a manažment podniku

Študijný odbor: 8. Ekonómia a manažment

Témy rigorózných prác 2026/2027

1. Udržateľnosť ako výzva pre manažment podnikov cestovného ruchu“

Anotácia: Rigorózna práca sa zameriava na problematiku udržateľnosti v cestovnom ruchu a jej vplyv na manažérske procesy v podnikoch pôsobiacich v tomto odvetví. Udržateľnosť predstavuje kľúčovú výzvu pre manažment, ktorý musí reagovať na meniace sa potreby zákazníkov, rastúce environmentálne požiadavky, spoločenské očakávania a konkurenčné tlaky. Cieľom práce je analyzovať, ako podniky cestovného ruchu pristupujú k udržateľnosti, aké manažérske stratégie a nástroje využívajú na jej implementáciu a aké bariéry bránia jej efektívnemu uplatňovaniu v praxi.

Sustainability as a challenge for management of tourism enterprises

Annotation: The rigorous thesis focuses on the issue of sustainability in the tourism industry and its impact on management processes in enterprises operating in this sector. Sustainability represents a key challenge for management, which must respond to changing customer needs, growing environmental requirements, social expectations and competitive pressures. The aim of the thesis is to analyze how tourism enterprises approach sustainability, what management strategies and tools they use to implement it and what barriers stop its effective application in practice.

2. Výzvy podnikania v maloobchode v digitálnej dobe

V rigoróznejšej 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 rigoróznejšej 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 navštíví.

KS - maloobchod, spotrebiteľské správanie, spokojnosť zákazníka, digitálna doba, kamenná prevádzka

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.

KW - retail, consumer behavior, customer satisfaction, digital age, brick-and-mortar operation

3. Využitie umelej inteligencie pri tvorbe a implementácii marketingových stratégií

Anotácia: SJ: Predkladaná rigorózna práca sa zaoberá využitím umelej inteligencie v oblasti marketingu so zameraním na tvorbu a implementáciu marketingových stratégií. V teoretickej časti práca analyzuje súčasné prístupy k marketingovým stratégiám, ich význam pre budovanie konkurenčnej výhody a predstavuje najnovšie poznatky o technológiách umelej inteligencie a ich aplikáciách v marketingovej praxi. Osobitná pozornosť je venovaná možnostiam využitia umelej inteligencie pri zbere, spracovaní a interpretácii dát, pri personalizácii marketingovej komunikácie, automatizácii procesov a predikcii spotrebiteľského správania. V analytickej časti práca skúma konkrétne príklady implementácie nástrojov umelej inteligencie v podnikovej praxi a hodnotí ich prínosy aj potenciálne riziká. Návrhová časť práce je zameraná na odporúčania pre podniky, ako efektívne začleniť umelej inteligenciu do marketingového riadenia a ako využiť jej potenciál na posilnenie vzťahov so zákazníkmi a dlhodobú udržateľnosť marketingových stratégií.

The use of Artificial Intelligence in the creation and implementation of marketing strategies

The presented rigorous thesis deals with the use of artificial intelligence in marketing, with a focus on the creation and implementation of marketing strategies. The theoretical part analyzes current approaches to marketing strategies, their importance for building competitive advantage, and introduces the latest insights into artificial intelligence technologies and their applications in marketing practice. Particular attention is paid to the use of artificial intelligence in data collection, processing and interpretation, in the personalization of marketing communication, process automation, and the prediction of consumer behavior. The analytical part examines specific examples of the implementation of artificial intelligence tools in business practice and evaluates their benefits as well as potential risks. The proposal part of the thesis is focused on recommendations for companies on how to effectively integrate artificial intelligence into marketing management and how to utilize its potential to strengthen customer relationships and ensure the long-term sustainability of marketing strategies.

4. Benchmarking vybraných poistných produktov ako nástroj tvorby inovačných zámerov

Rigorózna práca sa zaoberá využitím benchmarkingu ako strategického nástroja na analýzu a porovnávanie vybraných poistných produktov životného alebo neživotného poistenia na slovenskom poistnom trhu. Hlavným cieľom je identifikovať kľúčové atribúty vybraných poistných produktov priamej konkurencie, odhaliť trhové medzery a na základe získaných dát navrhnúť konkrétne inovačné zámery. Práca kombinuje teoretické východiská z oblasti financií a meny, poistného marketingu a manažmentu inovácií s praktickou komparáciou produktových portfólií. Výsledkom výskumu je komplexný model optimalizácie a inovácie poistných produktov, ktorý reaguje na meniace sa potreby klientov a zvyšuje konkurencieschopnosť vybranej poisťovne.

Benchmarking of selected insurance products as a tool for creating innovation initiatives

The rigorous thesis deals with the utilization of benchmarking as a strategic tool for the analysis and comparison of selected life or non-life insurance products within the Slovak insurance market. The primary objective is to identify key attributes of selected direct competitors' insurance products, uncover market gaps, and propose specific innovation designs based on the obtained data. The thesis combines theoretical foundations from the fields of finance and currency, insurance marketing, and innovation management with a practical comparison of product portfolios. The outcome of the research is a comprehensive model for the optimization and innovation of insurance products, which responds to changing customer needs and enhances the competitiveness of the selected insurance company.

5. Sympióza fíškálnych politík krajín V4

Anotácia: Kondratievove dlhodobé cykly predikujú pre nasledujúce roky zmeny v globálnom ekonomickom systéme. Na základe Mundell-Flemingovho modelu je možné predpokladať, že ekonomická sila sa bude z centrálnych bánk presúvať na vlády. Rigorózna práca analyzuje a komparuje súčasný stav fíškálnych politík krajín V4 a navrhuje model, ktorý by mohol prispieť k harmonizácii fíškálnej politiky v rámci Európskej únie.

The Symbiosis of Fiscal Policies in V4 Countries

Abstract: Kondratiev long-wave cycles predict changes in the global economic system for the coming years. Based on the Mundell-Fleming model, it can be anticipated that economic power will shift from central banks to governments. This rigorous study analyzes and compares the current state of fiscal policies in V4 countries and proposes a model that could contribute to the harmonization of fiscal policy within the European Union.