

# 1.D SAMOŠTÚDIUM 23.11.2020 – 27.11.2020

MAT – Mgr. Čakajdová lubicacakajdova@gmail.com

Naučiť lineárne rovnice, podľa vyriesených úloh .Čakajdova

Str. 1

1.D NŠ

20.11. - 27.11. 2020

TC: ROVNICE, NEROVNICE, SÚSTAVY

## 1. LINEÁRNE ROVNICE, ICH RIEŠENIE V R

Lin. rovnica:

ľavá strana = pravá strana

$$4x - 2 \cdot (x+4) = 10$$

$$4x - 2x(-8) = 10$$

$$4x - 2x = 10 + 8$$

$$2x = 18$$

$$2x = 18 \quad | :2$$

$$x = \frac{18}{2}$$

$$x = 9$$

↳ rovnice sa nie ustratiť

bud' je to na ľavej alebo pravej s.

"9" je koreň rovnice

je výsledok, hovoríme riešenie

koreň rovnice

Vyriešenie úloh: naučiť sa podľa nich, riešiť rovnice, všetko prepočítat!!!

$$① \quad 3x - 7 = -5x + 2$$

$$3x + 5x - 7 = 2$$

$$8x = 2 + 7$$

$$8x = 9 \quad | :8$$

$$x = \frac{9}{8}$$

$$P = \left\{ \frac{9}{8} \right\}$$

$$② \quad x - 3x + 1 - 8(x+1) = -x + 50$$

$$x - 3x + 1 - 8x - 8 = -x + 50$$

$$x - 3x - 8x + 1 - 8 = -x + 50$$

$$-9x = 57 \quad | \cdot (-1)$$

$$+9x = -57$$

$$9x = -57 \quad | :9$$

$$x = \frac{-57}{9}$$

$$P = \left\{ -\frac{57}{9} \right\}$$

$$③ \quad \frac{x+1}{2} = 4x \quad | \cdot 2$$

$$x+1 = 4x \cdot 2$$

$$x+1 = 8x$$

$$x - 8x = -1$$

$$-7x = -1 \quad | \cdot (-1)$$

$$7x = 1$$

$$x = \frac{1}{7} \quad P = \left\{ \frac{1}{7} \right\}$$

$$④ \quad 2 \cdot (x+3) = -1 \cdot (x-2)$$

$$2x + 6 = -1x + 2$$

$$2x + 1x = 2 - 6$$

$$3x = -4$$

$$x = \frac{-4}{3}$$

$$P = \left\{ -\frac{4}{3} \right\}$$

(str 2)

$$\begin{aligned} (5) \quad 2x - 3 &= 3x + 1 \\ 2x - 3x &= 1 + 3 \\ -1x &= 4 \quad | \cdot (-1) \\ 1x &= -4 \\ \underline{x &= -4} \end{aligned}$$

$$P = \{-4\}$$

$$\begin{aligned} (6) \quad -4x + 1 &= -8x + 5 \\ -4x + 8x &= 5 - 1 \\ 4x &= 4 \quad | :4 \\ x &= \frac{4}{4} \\ \underline{x &= 1} \end{aligned}$$

$$P = \{1\}$$

$$\begin{aligned} (7) \quad 2x - 5 &= 3x + 7 \\ 2x - 3x &= 7 + 5 \\ -1x &= 12 \quad | \cdot (-1) \\ +1x &= -12 \\ \underline{x &= -12} \end{aligned}$$

$$P = \{-12\}$$

$$\begin{aligned} (8) \quad x - 6 &= -4x + 9 \\ x + 4x &= 9 + 6 \\ 5x &= 15 \\ x &= \frac{15}{5} \quad | :5 \end{aligned}$$

$$\underline{x = 3}$$

$$P = \{3\}$$

$$\begin{aligned} (9) \quad 4x + 2 &= -3x + 5 \\ 4x + 3x &= 5 - 2 \\ 7x &= 3 \\ x &= \frac{3}{7} \end{aligned}$$

$$\underline{x = \frac{3}{7}}$$

$$P = \left\{ \frac{3}{7} \right\}$$

$$\begin{aligned} (10) \quad 2x - 6 &= 6x + 1 \\ 2x - 6x &= 1 + 6 \\ -4x &= 7 \quad | \cdot (-1) \\ 4x &= -7 \end{aligned}$$

$$\underline{x = -\frac{7}{4}}$$

$$P = \left\{ -\frac{7}{4} \right\}$$

$$\begin{aligned} (11) \quad 2 \cdot (x-1) - 3 \cdot (x-2) + 4 \cdot (x-3) &= 2 \cdot (x+5) \\ 2x - 2 - 3x + 6 + 4x - 12 &= 2x + 10 \\ 2x - 3x + 4x - 2x &= 10 + 2 - 6 + 12 \end{aligned}$$

$$1x = 18$$

$$\underline{x = 18}$$

$$P = \{18\}$$

$$\begin{aligned} (12) \quad 5x - 4 + 2 \cdot (3 - 2x) &= 2x - 4 \\ 5x - 4 + 6 - 4x &= 2x - 4 \\ 5x - 4x - 2x &= -7 + 4 - 6 \end{aligned}$$

$$-1x = -9 \quad | \cdot (-1)$$

$$+1x = +9$$

$$\underline{x = 9}$$

$$P = \{9\}$$

$$\begin{aligned} (13) \quad 2x - 1 + 3 \cdot (x - 6) &= 10 + x \\ 2x - 1 + 3x - 18 &= 10 + x \\ 2x + 3x - x &= 10 + 1 + 18 \end{aligned}$$

$$4x = 29 \quad | :4$$

$$\underline{x = \frac{29}{4}}$$

$$R = \left\{ \frac{29}{4} \right\}$$

## **SJL – Mgr. Janoušková**

Naštudujete si tému 3 **Prozodické vlastnosti reči.**

Test

1. Ako vzniká intonácia
2. Vymenujte, čo patrí do modulácie časovej, silovej a tónovej
3. Vysvetlite, čo je prestávka a aké druhy poznáme
4. Od čoho závisí tempo reči?
5. Čo je prízvuk ?
6. Kde má slovenčina hlavný prízvuk v slovách?
7. Podčiarknite prízvuky hlavné a vedľajšie v slovách:  
*dvere, čarodejnícky, izba, pravdepodobne, západoslovenský*  
(podčiarkujete slabiky: hlavný prízvuk „—“, vedľajší „U“ )
8. Aká melódia je v súvetiach
9. Aká melódia je na konci želacích viet?
10. Výška hlasov má určité označenie u mužov a žien.
11. Vygúglite si ženské a mužské hlasy podľa výšky: <https://sk.wikipedia.org/wiki/Spiev%C3%A1k>  
napíšte názvy 3 mužských a 3 ženských hlasov

Poslať obvyklým spôsobom do 27. 11. 14.00 - prosím dodržte termín

## **NEJ – PhDr. Bohilová**

- rozšírenie lexiky k téme Domov a bývanie
- pracujete s poslaným textom: prečítať nahlas, preložiť a postupne učiť
- na základe textu odpovedz na otázku: Wo möchtest du besser wohnen: in der Stadt und auf dem Lande? Warum?

Wir können in der Stadt oder auf dem Lande wohnen. Das Wohnen in der Stadt oder auf dem Lande hat viele Nachteile und auch Vorteile.

### **Das Leben in der Stadt**

**Die Vorteile:** mehr Arbeits-, Kultur-, Sport-, Einkaufsmöglichkeiten, gute Verkehrsverbindung, mehr Dienstleistungen (Post, Bank, Arzt, Polizei, Feuerwehr, Friseursalon, Reinigung, Reparaturwerkstatt und andere), viele Schulen. Hier gibt es viele Kinos, Theater, Bibliotheken, aber auch viele Restaurants und Bars.

### **Die Nachteile:**

In der Stadt sind auch Stress und Smog. Das Leben der Menschen ist schnell und teuer. Hier gibt es wenige Grünanlagen, schmutzige Luft, Kriminalität. Morgen weckt uns der Verkehr, der Lärm von Autos. Die Leuten kennen sich nicht miteinander.

### **Das Leben auf dem Lande**

**Die Vorteile:** das Leben auf dem Lande ist ruhiger und auch billiger. Dort gibt es viele Grüne, gesündere Umgebung. Fast alle Leuten kennen sich, sie helfen miteinander. Hier sind viele Bäume und ruhiges Leben. Die Leute haben eigenen Garten, sie müssen nicht so viele Obst und Gemüse kaufen. In der Nähe sind Wälder, Felder.

**Die Nachteile:** dort gibt es wenig Arbeits-, Kultur-, Sport-, Einkaufsmöglichkeiten, fast keinen Arzt, Poliklinik, wenige Dienstleistungen usw. Auf dem Lande gibt es wenige Geschäfte.. Hier gibt es auch schlechte Bus- und Zugverbindung.

## **DEJ – Mgr. Urbanová**

### **Včleňovanie sa Slovenska do uhorského štátu.**

Po zániku Veľkej Moravy si jej západnú, moravskú časť podmanili **Přemyslovci**.

Územie Slovenska sa dostalo pod vplyv Maďarov a koncom 10.st. zjednotil Maďarov knieža Gejza z rodu Arpádovcov.

Gejza položil základy uhorského štátu a počas jeho vlády prijali Maďari kresťanstvo.

Administratívnym centrom sa stala Nitra. V roku 1000 získal Gejzov syn Štefan od rímskeho pápeža kráľovskú korunu a tým sa stalo Uhorsko nezávislým štátom, ktorý podliehal len pápežskej stolici.

Kráľovstvo rozdelil na menšie celky- tkzv. komitáty- župy.

Spravovali ich župani- šľachtici, oddaní kráľovi. Oporou kráľa bola kresťanská cirkev a bývalé arpádovské kniežacie sídlo Ostrihom sa stalo sídlom arcibiskupa, ktorému podliehalo aj Slovensko.

Kráľovským sídlom sa stal Budín korunovačným mestom Stoličný Belehrad.

Pretože cirkev bola oporou kráľa pri spravovaní štátu a Štefan I. jej pridieval majetky a pomáhal a pomáhal pri zakladaní farností, biskupstiev a kláštorov, cirkev ho vyhlásila neskôr za svätého.

Zopakovať predchádzajúce otázky a poslať projekty, každý z Vás dostal spätnú väzbu, ostatné projekty nemám.

**Posledný termín na odovzdanie projektu je 25.11. Urbanová**

## **CHEM – Mgr. Mišeje**

Téma :ORGANICKÁ CHÉMIA

Úloha: Vypracovať tému : Organická chémia. Uhl'ovodíky a ich klasifikácia.

1, Charakterizujte organickú chémiu.

2,Popíšte vlastnosti uhlíka v organickej chémii.

3,Popíšte väzbovosť prvkov v organickej chémii a typy reakcií.

4,Popíšte klasifikáciu uhl'ovodíkov.

Tému je potrebné poslať na mail [beata.miseje@sosoasto.sk](mailto:beata.miseje@sosoasto.sk) do 30.11.2020.Do predmetu správy napíšte svoje priezvisko a triedu. Každý žiak pracuje samostatne.

Upozornenie! Vypracovanie zadaných úloh v stanovenom termíne a ich zaslanie sú jednou z podmienok pre polročnú klasifikáciu. V prípade ak je nejaká prekážka (zdravotná, rod. dôvody...) pre nesplnenie úloh v stanovenom termíne je potrebné napísať a dohodnúť sa na novom termíne.

## **PDP - Ing. Ičová**

Téma: Zhrnutie

	<b>Verejná obchodná spoločnosť</b> V.O.S	<b>Komanditná Spoločnosť</b>	<b>Spoločnosť s ručením obmedzením</b> s.r.o.	<b>Akciová spoločnosť</b> a. s	<b>Družstvo</b>
<b>typ</b>	osobná	Osobná	kapitálová	kapitálová	spoločnosť s neohraničeným počtom osôb
<b>Založenie</b>	spol. zmluva 1PO 2FO	spol. zmluva 1PO 2FO	spol. zmluva 1-50 FO 2PO	spol. zmluva 2.FO 1PO	spol. zmluva 5FO 2PO
<b>Z.I.</b>	nemusí byť	komandista 750	<i>spoločnosť:</i> 5000 <i>spoločník:</i> 1000	<i>spoločnosť:</i> 25000 <i>spoločník:</i> akcie	minimálne 1500

<b>Ručenie spoločníkov</b>	neobmedzene	<i>komplement.:</i> neobmedzene <i>komandista:</i> do výšky vkladu	<i>spoločnosť:</i> neobmedzene <i>spoločníci:</i> do výšky vkladu	<i>spoločnosť:</i> neobmedzene <i>spoločníci:</i> do hodnoty akcie	<i>spoločnosť:</i> neobmedzene <i>spoločníci:</i> nič
<b>Riadenie spoločnosti</b>	všetci, alebo poverený pracovník	komplementári	Valné zhromaždenie	Valné zhromaždenie	Predstavenstvo
<b>Štatutári</b>	poverený spoločník	komplementári	konatelia	Predstavenstvo	Predstavenstvo
<b>Kontrola</b>	všetci spoločníci	všetci spoločníci	Dozorná rada	Dozorná rada	Kontrolná komisia

Dňa **23.11.2020 v čase od 10,00h do 12,00h bude** prebiehať preskúšanie žiakov prostredníctvom messengeru z predchádzajúcich tém: vos,ks,sro,as,tiche spoločensťvo, osobitné formy podnikania.

## **MCR - Ing. Ičová**

### **Téma: Manažment ako proces**

Materiály žiaci dostali do spoločnej skupiny na facebooku. Učivo bude vysvetlené a od komunikované so žiakmi počas online hodiny, ktorá bude v utorok **24.11.2020 o 10,00h**

Obsah:

- Funkcie manažmentu
- Plánovanie
- Organizovanie
- Regulovanie
- Kontrola

## **EKN - Ing. Pavlovičová**

### **TÉMA: Pojem konkurencia**

#### **• pojem konkurencia**

-ak sa na trhu stretnú predávajúci rovnakého alebo podobného tovaru, musia vynaložiť väčšie úsilie na získanie zákazníkov – hovoríme, že si navzájom konkurujú. Konkurencia je podmienkou fungovania trhového mechanizmu

-na trhu sa stretávajú záujmy podnikov a spotrebiteľov. Každý z nich sa usiluje dosiahnuť určitú výhodu. Trhová konkurencia predstavuje proces, v ktorom sa stretávajú rôzne trhové subjekty a každý z nich má rôzne ekonomické záujmy

#### **• Konkurencia sa delí podľa toho,**

-medzi kým konkurencia prebieha

-a aké prostriedky sa pritom využívajú

#### **• druhy konkurencie podľa trhových subjektov**

##### **Konkurencia medzi ponukou a dopytom**

-**Spotrebiteľia**, ktorí tvoria dopyt, chcú kupovať za nízke ceny

-**Výrobcovia** chcú predávať za vysoké ceny

Ich záujmy sú protichodné

Práve trhový mechanizmus vytvára kompromis medzi týmito protichodnými záujmami

Na základe tejto konkurencie sa vytvára rovnovážna cena

-Rovnovážna cena nie je optimálna pre spotrebiteľov, považujú ju za príliš vysokú, ani pre výrobcov, považujú ju za príliš nízku

-Je cenou kompromisu - vyrovnáva objem ponúkaného tovaru s objemom požadovaného tovaru

### **Konkurencia na strane dopytu**

-Je konkurenciou medzi spotrebiteľmi

-Každý z nich chce kúpiť čo najviac a čo najlepšie, hoci aj na úkor ostatných

-Jej význam rastie najmä v situácií, keď dopyt prevyšuje ponuku-keď na trhu je nedostatok tovarov

-Každý zo spotrebiteľov má záujem, aby práve on získal daný nedostatkový tovar, čo zvyšuje ceny

### **Konkurencia na strane ponuky**

-je to konkurencia medzi výrobcami, každý z nich chce predať najviac výrobkov za cenu, ktorá mu umožní maximalizovať zisk. Tiež chce minimalizovať zisky svojich konkurentov s cieľom vyradiť ich z konkurencie

#### **• konkurencia podľa formy prejavu**

##### **Cenová konkurencia**

-Spočíva v zdanlivo nezmyselnom znižovaní cien tovarov zo strany výrobcov

-Znižujú ceny, aj keď ich k tomu nenúti prevažujúca ponuka nad dopytom

-K takémuto konaniu ich vedie snaha o ovládnutie trhu

-Chcú prilákať spotrebiteľov práve k sebe

-Znižujú ceny v nádeji, že ich konkurenti sa nebudú vedieť týmto nízkym cenám prispôbiť

-Snažia sa ovládnuť trh, aby v budúcnosti mohli diktovať podmienky ostatným účastníkom trhu a ceny neskôr zvyšovať

-Preto sa dočasne vzdávajú svojich ziskov

##### **Necenová konkurencia**

-výrobcovia lákajú spotrebiteľov predovšetkým rastom kvality a technických parametrov svojich výrobkov, inováciami...

-ďalšie prostriedky sú: reklama, obalová technika, poskytovanie určitej zľavy, predaj na úver, dokonalejší servis a služby spojené s predajom

#### **• definujte dokonalú konkurenciu**

-predstavuje určitý model, teoretickú abstrakciu, ideálny stav trhovej ekonomiky, takýto stav však v reálnom prostredí ekonomiky nikdy nenastane

-jej predpokladom sú úplne rovnaké podmienky pre všetky subjekty trhu

##### **Predpoklady dokonalej konkurencie:**

-ide o konkurenciu medzi veľkým počtom výrobcov

-všetci vyrábajú rovnaký výrobok, ktorý sa nijako svojou kvalitou neodlišuje od výrobkov ostatných výrobcov ako príklad sa najčastejšie uvádzajú trhy poľnohospodárskych plodín, ktoré sa najviac približujú podmienkam dokonalej konkurencie

-Úplne voľný vstup alebo výstup do odvetvia alebo z odvetvia pre každého výrobcu

-Na trhu sa stretáva veľký počet výrobcov-predávajúcich, aj veľký počet spotrebiteľov-kupujúcich, takže nikto nemôže ovplyvniť cenu a musia ju prijať ako danú

-Každý z účastníkov trhu má rovnaký prístup k informáciám-hlavne o cene, každý má prehľad o stave na trhu

-Jedinou metódou konkurencie na dokonale konkurenčnom trhu pri nezmenenom rozsahu produkcie je odstraňovanie zbytočných nákladov vo výrobe

-Zníženie nákladov pri rovnakej cene spôsobí zvýšenie zisku

#### **• charakterizujte monopol**

-predstavuje situáciu, keď existuje len jeden výrobca určitého produktu, proti ktorému stojí veľký počet spotrebiteľov. Keďže nemá žiadnu konkurenciu zo strany iných podnikov, môže určovať na prvý pohľad

ľubovoľne vysoké ceny. Limituje ho však dopyt spotrebiteľov, preto nemôže dosahovať neobmedzený zisk. Hlavným problémom existencie monopolu je, že ho nič nenúti zdokonaľovať spôsob výroby a kvalitu produktov. Rozlišujeme.

**-prirodzený monopol** –na trhu proste niet miesta pre viaceré podniky. - napríklad tranzit a distribúciu plynu na Slovensku nemôže zabezpečovať viac podnikov, keďže si to vyžaduje veľké investície do plynovodu a rozvodnej potrubnej siete. Ak by si každý podnik musel vybudovať vlastnú infraštruktúru a pritom by sa delil o zákazníkov na tak malom trhu, tržby žiadneho z nich by nestačili na dosiahnutie zisku

**-administratívny monopol** – je zriadený a chránený zákonmi štátu. Ide teda o situáciu, keď z nejakého dôvodu štát v určitom odvetví povolí podnikat' iba jednému subjektu, čím bráni rozvoju konkurenčného prostredia

### ÚLOHA:

- vytlačiť a prepísať novú tému
- pripraviť sa na skúšanie podľa harmonogramu

## **TSCR - Ing. Pavlovičová**

### **TÉMA: Druhy cestovného ruchu podľa jednotlivých hľadísk**

Študenti sú v pravidelnom spojení s vyučujúcou prostredníctvom sociálnych sietí svojich emailových adries, v súlade s tematickým plánom sú im posielané učivá.

Na tento týždeň majú určenú tematiku konkrétnych druhov cestovného.

Majú zadané úlohy a rozpis skúšania pokračuje podľa im známeho harmonogramu

- odlíšenie pojmov druh a forma cestovného ruchu
- klasifikačné kritéria na odlíšenie jednotlivých druhov CR
- delenie CR z geografického hľadiska
- aktívny, pasívny a tranzitný cestovný ruch a ich vplyv na platobnú bilanciu štátu
- delenie CR z hľadiska spôsobu úhrady
- voľný a viazaný cestovný ruch

## **GCR – RNDr. Žiarna**

### **Téma:13**

#### **Vidiecka turistika a agroturistika**

Vidiecky CR = súbor činností spätých s cestovaním a pobytom na vidieku, je to osobitná forma rekreácie vo vidieckom prostredí, pričom sa využívajú miestne podmienky – typické vidiecke aktivity (práce na poli, starostlivosť o hosp. zvieratá, pobyt v lese, pri vodných plochách, cykloturistika...)

= upevňuje vzťah k prírode

= zblížuje mestské a vidiecke obyvateľstvo

= ide o pohyb človeka vo vhodných klimatických prírodných podmienkach, prispieva k upevňovaniu fyzického

duševného zdravia

= ide o oboznamovanie sa alebo znovu objavovanie vidieckeho spôsobu života so všetkými javmi a činnosťami patriacimi k vidieckemu priestoru

= vidiecky CR dáva možnosti tvorby pracovných miest, prispieva k obývanosti vidieka

= umožňuje oživiť tradičné ekonomické aktivity, využitie prírodného aj kultúrneho bohatstva lokality (remeselné

tradiície, folklórne tradície, pobyt v prírodnom prostredí, ekologické aktivity...)

Služby vo vidieckej turistike:

- Ubytovacie

- Stravovacie

- Doplnkové (vinobranie, hody, folklórne vystúpenia, chov koní + jazda na koni, chov a pasenie oviec a spracovanie surovín s tým spojených, chov dobytky, spracovanie mliečnych výrobkov, zber a sušenie liečivých rastlín)

Agroturistika = súčasť vidieckeho CR (dovolenka na farme, na sedliackom dvore...),

- zahŕňa špecifické činnosti agropodnikateľov, fariem, salašov a poľnohospodárskych podnikov podľa miestnych ekonomických a prírodných podmienok, zameraných na uspokojovanie potrieb turistov
- možnosť zapojiť sa do poľnohospodárskych prác (zber ovocia, sušenie sena, starostl. o zvieratá)
- možnosť športovo-rekreačných aktivít (jazda na koni, rybolov, poľovníctvo)
- poznanie, prípadne osvojenie si základov niektorých remesiel – hrnčiarstvo, rezbárstvo, tkáčstvo, čipkárstvo...)
- modrenou formou = ekoagroturistika – rozvíjaná na ekologicky hospodáriacich farmách

#### Téma:14

#### Kategorizácia regiónov a stredísk CR na Slovensku

**Rajonizácia CR** = vymedzenie oblastí(regiónov) vhodných na realizáciu CR

= výsledkom rajonizácie CR sú regióny CR

#### Región (oblasť) CR

= **je to oblasť s vhodnými lokalizačnými + realizačnými predpokladmi pre CR**

= územie, kt. má z hľadiska CR spoločné charakteristické vlastnosti

= môže sa deliť na menšie celky – **subregióny**/podoblasti

= **podľa funkcie**, ktorú pre účastníkov CR plnia sa vyčleňujú **typy regiónov CR**

#### Typy regiónov CR

- Regióny kúpeľno-liečebné
- Regióny letnej rekreácie – prímorské  
– vnútrozemské
- Regióny zimných športov a turistiky  
– stredohorské  
– vysokohorské
- Regióny s kultúrno-historickými centrami
- Regióny s kongresovými centrami
- Regióny prímestskej rekreácie

= **podľa atraktivity/zaujímavosti a spoločenského významu** sa vyčleňujú **kategórie regiónov CR**

#### Kategórie regiónov CR

- **Región s medzinárodným významom/ región I. kategórie** – atraktívny pre domácich + zahr. účastníkov, celoročne využitý, najkvalitnejšie predpoklady pre CR – Vysoké Tatry, Nízke Tatry, Malá Fatra...
- **Región s celoštátnym významom/ región II. kategórie** – využívajú hlavne obyvatelia krajiny, v ktorej sa nachádza, celoročne využívaný, vysoká kvalita predpokladov – Turiec, Orava, Poľana...
- **Región s regionálnym významom/región III. kategórie** – navštevujú účastníci zo širšieho okolia (100-150km), návštevnosť je sezónna – Senický, Levický región...
- **Región s lokálnym významom/región IV. kategórie** – pre účastníkov z blízkeho okolia (do 100km), význam malý

#### Stredisko CR

= **konkrétne miesto s vhodnými predpokladmi pre CR a s možnosťou využívania aj okolia**

= rozdiely medzi strediskami sú v – polohe, funkcii, význame, veľkosti, atraktivite

= delenie – rovnaké ako v prípade regiónov CR – t.j. – typy a kategórie stredísk CR

= **TYPY stredísk** sú vymedzené podľa funkcie, kt. stredisko pre účastníkov plní:

- stredisko kúpeľnej liečby (Piešťany, Bardejov...)
- stredisko letnej rekreácie a vodných športov (Zemplínska Šírava, Štúrovo, Liptovská Mara..)
- stredisko zimných športov a turistiky (Donovaly, Jasná, Štrbské Pleso...)
- stredisko kultúrno-historické (Bratislava, Zvolen, Žilina...)
- stredisko kongresového CR (BA, KE, TN, NR ...)
- stredisko prímestskej rekreácie (Modra-Harmónia pre BA, Duchonka pre TO ...)



## = KATEGÓRIE stredísk CR

- 1) **medzinárodné strediská CR** = stredisko I. kategórie (, Štrbské Pleso, Bratislava, Rím, NewYork)
  - ✓ najatraktívnejšie, spoločensky najvýznamnejšie, celoročné využitie
  - ✓ najvyššia kvalita predpokladov pre CR
  - ✓ vysoký podiel zahraničných návštevníkov (často nad 70%)
  - ✓ veľké kúpele, prímorské, vysokohorské centrá, mestá so vzácnymi pamiatkami
- 2) **celoštátne strediská CR** = stredisko II. kategórie
  - ✓ atraktívne pre návštevníkov z územia celého štátu, kde sa nachádza
  - ✓ kvalitná materiálo-technická základňa pre CR
  - ✓ má aj zahraničných návštevníkov (Levoča, chrám sv. Jakuba)
  - ✓ celoročná využiteľnosť strediska
- 3) **regionálne strediská CR** = stredisko III. kategórie
  - ✓ menšia atraktivita lokalizačných a realizačných predpokladov pre CR
  - ✓ často len sezónna využiteľnosť
  - ✓ návštevníci – vnútroštátni, z okruhu 100 -200 km (Topoľčianky)
- 4) **lokálne strediská CR** = stredisko IV. kategórie
  - ✓ malý spoločenský význam a nízka atraktivita predpokladov pre CR
  - ✓ najčastejšie ako rekreačné zázemie väčších miest
  - ✓ návštevnosť z blízkeho okolia - do 100 km, Pezinská Baba (Bratislava)

## Téma:15

### Vysokotatranský región CR

- región severného Slovenska
- delí sa na **subregióny**:

#### Západné Tatry

#### Vysoké Tatry

#### Belianske Tatry

- patrí k najnavštevovanejším oblastiam CR na Slovensku
- región cestovného ruchu I. kategórie s medzinár. významom a celoročným využitím
- hornatý reliéf sformovali vodné toky a ľadovce – Tatry, zasahuje Spišská Magura, na juhu

#### Podtatranská kotlina

- klimaticky chladná oblasť
- vhodné prírodné predpoklady pre CR -atraktívny reliéf, hlboké doliny, ľadovcové jazerá, vodopády
- realizačné predpoklady: dostatok ubytovacích, stravovacích, športových zariadení
- druhy cestovného ruchu: pešia a vysokohorská turistika, horolezectvo, zimné športy, kúpeľná

#### liečba (klimatické kúpele)

- na území regiónu je chránené územie TANAP (r.1949)

### 1) Vysoké Tatry

- centrálne časť regiónu Tatry

- charakteristické sú:

- skalné štíty (Gerlach, Kriváň, Rysy, Končistá, Lomnický, Slavkovský štít...)
- hlboké ľadovcové doliny (Mengusovská, Veľká a Malá Studená dolina, Bielovodská, Bachledova

...)

- plesá (Štrbské, Skalnaté, Veľké Hincovo, Popradské, Žabie pleso)

- vysokohorské turistické chodníky

- jaskyne (Belianska

- klimatické kúpele – Vyšné Hágy, Štrbské Pleso, Tatranské Matliare

- **strediská CR: Podbanské, Štrbské Pleso, Vyšné Hágy, Hrebienok, Tatranská Lomnica**

### 2) Belianske Tatry

- výskyt krasových útvarov - jaskyne, priepasti, tiesňavy

- nachádza sa tu jediná jaskyňa v Tatrách prístupná verejnosti = Belianska jaskyňa (Tatranská

#### Kotlina)

- v regióne žiadne plesá

- hlavné centrum regiónu

#### goralská obec Ždiar

- zachovaná **ľudová architektúra** a **folklórne tradície** (každoročne Goralské folklórne slávnosti)

- najhodnotnejšie ľudové stavby = pamiatkové rezervácie ľudovej architektúry
- významné stredisko turistiky a zimných športov
- v okolí početné turistické trasy
- zimné športy: lyžiarske stredisko Ždiar – Strednica, stredisko SKI Bachledova

### 3) Západné Tatry

- veľká časť územia v regióne Orava
- zastúpená je krasová forma reliéfu (jaskyne – Brestovská, Biela, Medvedia, Dúpnica, škrapy, závrty)
- turisticky atraktívne doliny: Bobrovecká, Račková, Kôprová, Roháčska, Spálená...
- plesá: Roháčske, Bobrovecké, Račkove
- chránené územia
- ostatné strediská zimných športov, letnej rekreácie a turistiky v okrajových častiach pohoria:

#### Oravice, Zuberec, Žiar, Pribylina

- hlavné centrum regiónu
- **Zuberec**
- oravská obec v severozápadnej časti Tatier
- lyžiarske stredisko
- hlavná turistická atrakcia = Múzeum oravskej dediny
- pravidelné podujatie = folklórne slávnosti
- je východisko do lyžiarskeho strediska Roháče - Spálená
- zaujímavosti v blízkosti obce:

Brestovská jaskyňa

Prír. rezervácia Osobitá a Mačie diery

## TEA - Ing. Chalupová

Téma: precvičovanie r,m



stred mesta, predmet reklamy, adresa firmy, maslo so syrom, prosperita firiem, podpora reklamy, pri priamej demokracii, poradca ministra, nepriama kritika, reklama i na internete,

rast ekonomiky o sedem percent, protokol o kontrole poslali neskoro, parlament prijal podnet poslanca, pokles mortality o osem percent, redaktor fotil priamo na mieste katastrofy,

Úlohy: opísať cvičenia = veľkosť písma 12, zarovnanie na obe strany, riadkovanie 1,5 – poslať do 27.11.2020

## UCT – Ing. Chalupová

**Téma: účet a jeho podstata**

**Téma: účtovanie na súvahových účtoch**

Účet je dvojstranné účtovné pole, na ktorom sa účtuje o rovnakom obsahu. Má tvar písmena T. má dve strany:

- ľavú, ktorá sa označuje MÁ DAŤ, v skratke MD
- pravú, ktorá sa označuje DAL, v skratke D

Každý účet má svoj názov a číselné označenie

MD	Číselná znak – názov účtu	D
Strana: ľavá dlžnícka debetná		Strana: pravá veriteľská kreditná
Účtujeme: na vrub na ľarchu na stranu Má dať	Účtujeme:	v prospech na stranu Dal

Takto rôzne sa to môže nazývať – dané strany

Poznáme účty:

- súvahové = účty Aktív a účty Pasív**
- výsledkové = účty Nákladov a účty Výnosov**

V praxi môžu mať účty rôznu úpravu – sú to účtovné knihy, listy alebo zostavy vytvorené na počítači.

## SÚVAHOVÉ ÚČTY

Potreba získať informácie o zmenách aktív a pasív si vyžaduje **otvoriť súvahové účty**, tie sa otvárajú (zriaďujú):

- pri vzniku podniku
- na začiatku účtovného obdobia
- počas účtovného obdobia

Stav jednotlivých aktív a pasív prevzatý zo súvahy resp. **konečného účtu súvahového** označujeme ako **začiatkový stav**.

Zo súvahy vznikajú 2 druhy účtov:

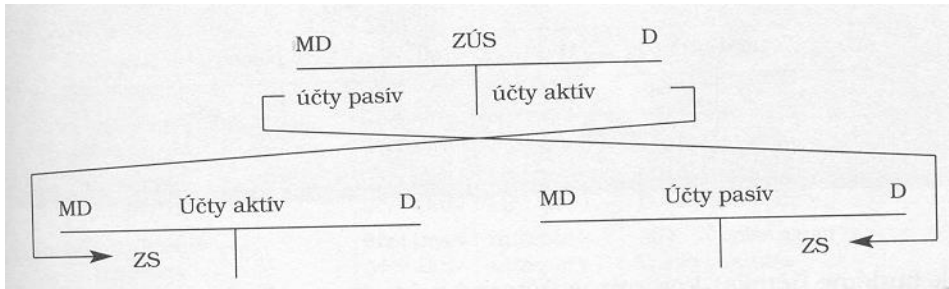
- účty aktív
- účty pasív

Zriaďovanie súvahových účtov môžeme robiť:

- neúčtovným spôsobom** – opísaním súvahových stavov na príslušné účty
- účtovným spôsobom** – začiatkové stavy sa zaúčtujú podvojným spôsobom prostredníctvom začiatkového účtu súvahového ( účet číslo 701)

**Na uzatváranie** súvahových účtov použijeme konečný účet súvahový ( číslo 702)

Obr.



## ÚČTOVANIE NA SÚVAHOVÝCH ÚČTOCH

Pre účtovanie na súvahových účtoch platia tieto pravidlá:

- 1) **začiatkové stavy** majú súvahové účty na tej strane, na ktorej sa príslušná súvahová položka nachádza v súvahe:
  - **účty aktív = na strane MD**
  - **účty pasív = na strane D**
- 2) **prírastky** na súvahových účtoch sú vždy na tej strane, kde sa nachádza začiatkový stav
  - **účty aktív = na strane MD**
  - **účty pasív = na strane D**
- 3) **úbytky** na súvahových účtoch sú vždy na opačnej strane, ako je začiatkový stav
  - **účty aktív = na strane D**
  - **účty pasív = na strane MD**

Grafické znázornenie:

MD	účet Aktív	D	MD	účet Pasív	D
Začiatkový stav (ZS)	úbytky		úbytky	Začiatkový stav (ZS)	
Prírastky				Prírastky	

Ak budeme účtovať konkrétne účtovné prípady musíme vždy dodržať **zásadu podvojnosti účtovania**. Znamená to, že každý účtovný prípad budeme účtovať na dvoch účtoch, a to vždy na jednom účte na strane MD a na druhom účte na strane D.

Pred zaúčtovaním zmien súvahových stavov si zodpovieme **nasledujúce otázky**:

- 1) Ktorých účtov sa daný účtovný prípad týka?
- 2) Sú to účty aktív alebo pasív?
- 3) Aký vplyv má účtovný prípad na uvedené účty (ide o prírastky alebo úbytky)?
- 4) Na ktorých stranách jednotlivých účtoch budeme účtovať?

### ÚLOHY:

1. pripraviť sa na ústne skúšanie z témy Súvaha = 16.11.2020 (rozpis zaslaný vopred žiakom na Messenger dňa 10.11)
2. vypracovať - príklady zaslané žiakom
3. Účasť na on-line hodine podľa zaslaného rozvrhu **utorok o 11,00**

## MKT – Ing. Chalupová

**Téma: marketingový informačný systém**

**Téma: zdroje informácií**

**podstata marketingového informačného systému**

*Marketingový informačný systém* tvoria ľudia, zariadenia a procedúry (pracovné postupy) na zber, triedenie, analýzu, hodnotenie a distribúciu (rozdeľovanie) potrebných, včasných a presných informácií pre marketingové rozhodovanie.

Marketingový informačný systém (MIS) je organizovaný spôsob zhromažďovania a analyzovania údajov potrebných na zabezpečenie informácií, ktoré potrebujú manažéri pre svoje rozhodovanie. Organizuje prichádzajúce dáta tak, aby boli v prípade k dispozícii.

Dobrý MIS zosúladzuje informácie, ktoré manažéri požadujú, s tými, ktoré skutočne potrebujú a s tými, ktoré možno poskytnúť.

Úlohou marketingového informačného systému je zhromaždiť, spracovať, analyzovať a dodať informácie potrebné pri rozhodovaní. V tomto procese je dôležité rozlíšiť skutočne potrebné informácie od tých ktoré boli poskytnuté tak, aby manažéri neboli nimi zahľtení

## ZÍSKAVANIE INFORMÁCIÍ

Informácie možno získať:

- 1) z interných zdrojov firmy,
- 2) marketingového spravodajstva,
- 3) z marketingového výskumu.

### ➤ Interné záznamy

Tvoria ho vnútorné zdroje podniku t.j. interné dáta, ktoré si firma zhromažďuje a buduje si internú databázu, je to teda interný podnikový zdroj, ktorého informácie sú spracované v elektronickej podobe. Sú to napr. informácie o objednávkach, predajoch, cenách, zásobách, pohľadávkach, záväzkoch, dodávkach a pod. Manažér pre marketing musí zabezpečiť pružné získavanie týchto informácií a postarať sa o primeranú odozvu na ne.

Informácie z interných zdrojov možno spravidla získať rýchlejšie a s menšími nákladmi.

MIS musí zhromažďovať, organizovať, spracovávať a utriediť toto množstvo informácií tak, aby ich manažéri mohli ľahko nájsť a rýchlo dostať.

### ➤ Marketingové spravodajstvo

Reprezentuje každodenné informácie o vývoji marketingového prostredia, ktoré pomáhajú manažerom pripravovať a upravovať marketingové plány. Systém marketingového spravodajstva určuje, aké správy sú potrebné, sústreďuje ich výskumom prostredia a dodáva tým marketingovým manažerom, ktoré informácie potrebujú.

Marketingové správy možno získavať z viacerých zdrojov. Mnohé sa získavajú od vlastných zamestnancov firmy – výkonných zamestnancov, technikov, vedúcich, nákupcov, ...

Spravodajské informácie možno kupovať aj od externých dodávateľov. Zdrojom informácií je aj konkurencia, pretože môžeme sledovať objem jej produktov, sortiment výrobkov, predajné ceny, metódy distribúcie, spôsob propagácie, prezentáciu v médiách, výročné správy, internetové stránky a pod.

Niektoré firmy si vytvorili útvar pre sústreďovanie a cirkuláciu marketingových správ.

### ➤ Marketingový výskum

Má význam v tom, že marketingoví manažéri nemôžu čakať na informácie, ktoré postupne prichádzajú zo systému marketingového spravodajstva. Často potrebujú formalizované štúdie (články) zo špecifickej situácie trhu.

Marketingový výskum zahŕňa zhromažďovanie informácií, ktoré sú dôležité z hľadiska špecifickeho marketingového problému firmy.

*Metódy marketingového výskumu:*

- **POZOROVANIE** je zber primárnych údajov pozorovaním ľudí, činností a situácií. Môže sa uskutočňovať aj pomocou prístrojov výpočtovej techniky (vo veľkých podnikoch) alebo pomocou registračných pokladníc (v menších podnikoch). Pozorovanie sa môže použiť aj na získanie informácií, ktoré nie sú ochotní alebo schopní poskytnúť.
- **ANKETA** je najvhodnejšou metódou pre zber opisných informácií. Anketa môže byť *štruktúrovaná* (využíva formalizovaný súbor otázok usporiadaný rovnakým spôsobom pre všetkých respondentov) alebo *neštruktúrovaná* (usmerňuje rozhovor podľa odpovedí respondenta). Hlavnou prednosťou ankety je jej prispôbivosť, môže sa použiť na získanie mnohých rôznych druhov informácií v mnohých rôznych marketingových situáciách. S anketou sú spojené aj problémy, napr. ľudia nie sú ochotní odpovedať na otázky prieskumu.
- **EXPERIMENTÁLNE METÓDY PRIESKUMU** – zahŕňajú výber vhodnej skupiny respondentov, vytvorenie rozdielov v reakciách členov skupiny. Patria sem kontaktné metódy (prostredníctvom pošty, telefónu alebo osobným rozhovorom), dotazníky zasielané poštou, telefonický rozhovor, osobný rozhovor (individuálny alebo skupinový).

## ÚLOHY:

1. účasť na on-line hodine = **pondelok o 9,00**

### **ODP – Ing. Chalupová**

**TSV – Mgr. Gráčik, Mgr. Urbanová**

**Milí študenti**, verím, že viacerí, ktorí ešte stále nezačali venovať pozornosť fyzickej aktivite, sa už zobudia. Naozaj je v záujme nás všetkých starať sa o svoje zdravie. Počínajúc zvýšenou hygienou, zodpovednosťou k sebe a i všetkým naokolo.

**Fyzická zdatnosť** (kondícia) je základný predpoklad pre všeobecné zdravie. Snažím sa robiť takú ponuku aby si každý našiel niečo, čo ho zaujme. Aj 5 minút riadeného cvičenia má zmysel. A ak si chce niekto poriadne zacvičiť, tak si v tých návodoch vie spraviť poriadny tréning. Preto na Vás apelujem v oblasti starania sa o svoje zdravie, fyzickú kondíciu, stravovanie, hygienu a prísun vitamínov.

**Všetkým Vám držím palce. Buďte zdraví, zodpovední k sebe aj k okoliu.**

#### **Odkazy si nakopírujte do prehliadača.**

Najprv pre tých, ktorí sa nevedia nakopnúť – video ako nebyť lenivý:

<https://www.youtube.com/watch?v=P-Kb8M-c3NA>

**1. Rozcvičenie** – 5 minútky na zahriatie: <https://www.youtube.com/watch?v=Ks-1KvKQ8f4>

**2. Kruhový tréning na gauči** - Pri každom cvičení máš presne určený počet opakovaní, pauzu si reguluješ sám do vydychania, kladieme dôraz na techniku vykonania cvičenia. Je tam len 6 cvičení, nenáročných. Intenzitu si upraviš počtom kôl cvičení. Na kvalitný tréning odporúčam 4 kolá cvičení. Viac či menej uprav si podľa seba.

Pred cvičením pozri video s inštrukciou: <https://www.youtube.com/watch?v=hBOntrscKQg>

A) **DREPY S ROTÁCIOU** 10 opakovaní: vykonaj drep s dotykom zadku na gauč, následne po postavení rotácia trupu doprava – následne doľava, počas celej doby cvičenia držíš vo vystretých rukách vankúš tlakom medzi dlaňami.

B) **POKLUS SO STRIEDAVÝM VYKLADANÍM NOHY NA GAUČ** 30sekúnd

C) **ANGLIČÁKY S OPOROU RÚK NA GAUČI** 10 opakovaní: vzpor ležmo zo zapretím rúk o gauč – náskok do podrepu – výskok – odskok do vzporu

D) **BRUŠÁKY S VYLOŽENÝMI NOHAMI NA GAUČI** 12 opakovaní

E) **PLANK S NOHAMI NA GAUČI a ZANOŽOVANÍM** 16 opakovaní (8xkaždá noha)

F) **PLANK KNEE TO ELBOW** 12 opakovaní (6xkaždá noha): plank s nohami na gauči, striedavo dopĺňame pohyb Pkolenom k Plakt'u a Ľkolenom k Ľlakt'u

**3. FIT TABATA:** je vysoko intenzívny intervalový tréning, účinný pri spaľovaní tukov.

5 minút intenzity: <https://www.youtube.com/watch?v=x5risLMLWHE>

#### **4. CVIČENIA PRE ODSTRÁNENIE BOLESTI CHRBTÁ:**

<https://www.youtube.com/watch?v=YQGugjOzqL8>