

# Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

|                |                                                                                                         |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vysoká škola   | Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave                                                                 |
| Fakulta        | FF UCM                                                                                                  |
| Kód predmetu   | KEAMS/mdRVKT-J/23                                                                                       |
| Názov predmetu | Riadenie vzťahov s klientami v turizme                                                                  |
| Rozsah         | 2P                                                                                                      |
| Počet kreditov | 2                                                                                                       |
| Vyučujúci      | prof. PhDr. Ladislav Lenovský, PhD. (prednášajúci), doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D. (prednášajúci) |

## Podmienky na absolvovanie predmetu

Podmienkou pripustenia ku skúške je účasť na prednáškach a vypracovanie zadani počas semestra, podľa zadania vyučujúceho.

V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou pristúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho.

100% záverečné hodnotenie: 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadani.

Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %):

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 % >

## Záverečné hodnotenie

Podmienkou pripustenia ku skúške je účasť na prednáškach a vypracovanie zadani počas semestra, podľa zadania vyučujúceho.

V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou pristúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a vypracovanie zadani podľa zadania vyučujúceho.

100% záverečné hodnotenie: 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadani.

Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %):

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

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie:

**Vedomosti:** Študent sa oboznámi so základnými typmi motivácie klienta, získa poznatky o psychologických prístupoch ku klientovi v turizme, o segmentácii klientov, spôsoboch sledovania spokojnosti klientov a možnostiach jej hodnotenia, o ochrane klienta v turizme, vybavovaní reklamácie klienta, o spôsoboch úhrady klientom za služby v turizme, o špecifikách výmeny finančných prostriedkov a používaní bezhotovostných nástrojov platenia, o spotrebiteľskom správaní a návykoch klienta v turizme, o špecifických segmentoch (rodiny s deťmi, mládež, seniori, handicapovaní klienti i klienti podľa ich religiozity), o rozdieloch medzi zabezpečovaním si turistických služieb individuálne a prostredníctvom cestovnej kancelárie, resp. agentúry, o alternatívnych možnostiach komunikácie s klientom (verbálnej a neverbálnej), o základných typoch spotrebiteľského výskumu a o existujúcich mobilných aplikáciách používaných turistami. Študent sa naučí základy etiky v turizme a reči ľudského tela.

**Zručnosti:** Študent dokáže vyhodnotiť typ klienta a zamerať jeho dopyt pre neho zodpovedajúcim smerom, uskutočniť prieskum preferencií i spokojnosti klientov, vybaviť reklamačné konanie v modelových situáciách, korigovať ponuku služieb v turistických zariadeniach podľa špecifik daného segmentu klientely, vyhodnotiť výhodnosť, resp. nevýhodnosť spôsobov získania finančných prostriedkov v cudzej mene a vybrať najvýhodnejší spôsob úhrady za služby v turizme, navrhnúť konkrétny produkt danému segmentu turistov, zvážiť prednosti i riziká využívania služieb cestovných kancelárií a agentúr z pohľadu klientov a dokáže používať vhodné mobilné aplikácie pre cestovanie turistov a hodnotenie ich spokojnosti so službami.

**Profesijné kompetencie:** Študent absolvovaním predmetu získa schopnosť komunikovať s klientom v turizme v rôznych službách (ubytovacích, stravovacích, dopravných, kultúrnych, sprievodcovských, informačných atď.), bude vedieť flexibilne riešiť problémy a sťažnosti klientov v rôznych typoch podnikov poskytujúcich služby turizmu, dokáže vyhodnocovať spokojnosť klientov so službami, odporučiť klientom pre nich najvýhodnejšiu kombináciu služieb, operatívne prispôsobiť ponuku špecifickým segmentom klientely (handicapovaným, so stravovacou intoleranciou) a prostredníctvom kooperácie s inými subjektmi zabezpečiť komplexnosť poskytovaných služieb i spokojnosť klientov.

**Prenositel'né kompetencie:** Študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti s ľuďmi, analytické schopnosti pri vyhodnocovaní ponuky i dopytu v turizme, efektívne využívanie techniky osobnej i elektronickej komunikácie, dokáže kreatívne a flexibilne riešiť aktuálne sa vyskytujúce problémy v rôznych typoch zariadení v turizme, zlepši si a kultivuje svoj písomný i ústny prejav.

## Stručná osnova predmetu

1. Motivácia klienta v cestovnom ruchu, spôsoby zaujatia klienta, výskum trhu.
2. Psychologické aspekty komunikácie s klientom v cestovnom ruchu.
3. Klient v službách cestovného ruchu a segmentácia klientely (mládež, seniori, rodiny s deťmi).
4. Spokojnosť klienta v cestovnom ruchu a jej sledovanie.
5. Ochrana klienta v cestovnom ruchu, reklamačné konanie.
6. Finančné vzťahy a platobný styk v cestovnom ruchu.
7. Správanie klienta v cestovnom ruchu a jeho spotrebiteľské návyky.
8. Zdravotne handicapovaný klient v cestovnom ruchu (pohybovo, zrakovo, sluchovo, klient so stravovacími intoleranciami).
9. Klient vo vzťahu k cestovnej kancelárii a samostatne cestujúci klient, cestovné poistenie klienta.
10. Etika a etiketa v cestovnom ruchu, reč tela.
11. Špecifiká klientely z vybraných krajín sveta, religi'ózne špecifiká klientely v cestovnom ruchu – kresťanstvo, islam, hinduizmus, budhizmus, judaizmus.
12. Mobilné aplikácie používané turistami.

## Sylabus predmetu

1. Motivácia klienta v cestovnom ruchu, spôsoby zaujatia klienta, výskum trhu.
2. Psychologické aspekty komunikácie s klientom v cestovnom ruchu.
3. Klient v službách cestovného ruchu a segmentácia klientely (mládež, seniori, rodiny s deťmi).
4. Spokojnosť klienta v cestovnom ruchu a jej sledovanie.
5. Ochrana klienta v cestovnom ruchu, reklamačné konanie.
6. Finančné vzťahy a platobný styk v cestovnom ruchu.
7. Správanie klienta v cestovnom ruchu a jeho spotrebiteľské návyky.
8. Zdravotne handicapovaný klient v cestovnom ruchu (pohybovo, zrakovo, sluchovo, klient so stravovacími intoleranciami).
9. Klient vo vzťahu k cestovnej kancelárii a samostatne cestujúci klient, cestovné poistenie klienta.
10. Etika a etiketa v cestovnom ruchu, reč tela.
11. Špecifiká klientely z vybraných krajín sveta, religiózne špecifiká klientely v cestovnom ruchu – kresťanstvo, islam, hinduizmus, budhizmus, judaizmus.
12. Mobilné aplikácie používané turistami.

## Odporúčaná literatúra

1. ALBRECHT, J., N. 2016. Visitor Management in Tourism Destinations. CABI Series in Tourism Management Research. 208 s. ISBN 9781780647357.
2. HILLMAN, W. - RADEL, K. 2018. Qualitative Methods in Tourism Research - Theory and Practice. Cannel View. 320 s. ISBN 1845416392.
3. KUMAR, V. - REINARTZ, W. 2018. Customer Relationship Management. Springer Verlag. 411 s. ISBN 978-3-662-55381-7.
4. LEVY-HILLERICH, D. 2005. Kommunikation im Beruf Tourismus – Lehrerhandbuch. Cornelsen Verlag. 100 s. ISBN 9783464213230.
5. LITOMERICKÝ, J. 2009. Výsledky prieskumu dopytu mládeže po službách cestovného ruchu v SR. In Trendy a aktuálne výzvy teórie a praxe v obchode, marketingu a medzinárodných podnikateľských aktivitách v podmienkach globálnej konkurencie : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie konanej pod záštitou primátora Hlavného mesta SR Bratislavy Ing. Andreja Ďurkovského. - Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM. ISBN 978-80-225-2794-1, s. 687-692. Projekt č. 42/08.
6. LITOMERICKÝ, J. 2010. Neprehľadnosť ponuky, zavádzanie zákazníkov a nevyváženosť komerčných zmlúv ako prvky systému práce so zákazníkom vo firmách poskytujúcich služby. In Produktová politika a jej sociálno-ekonomické aspekty : zborník vedeckých statí vydaný pri príležitosti 70. výročia založenia Ekonomickej univerzity v Bratislave. - Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM. ISBN 978-80-225-3085-9. s. 130-135.
7. LITOMERICKÝ, J. 2011. Psychologické aspekty komunikácie a ekonomických vzťahov v súčasnosti. In Vedecké state Obchodnej fakulty 2011 : [zborník]. - Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM. ISBN 978- 80-225-3326-3, s. 1-7.
8. LITOMERICKÝ, J. 2015. Hodnotenie kvality poskytovaných služieb v obchode a cestovnom ruchu prostredníctvom mobilných aplikácií. In Ekonomika cestovného ruchu a podnikanie : vedecký časopis Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave. - Bratislava : Katedra služieb a cestovného ruchu OBF EU. 2015. ISSN 1337-9313. roč. 7, č. 2, s. 13-16.
9. LITOMERICKÝ, J. 2015. Základné aspekty úspešnej komunikácie pracovníkov v cestovnom ruchu s klientmi. In Vedecké state Obchodnej fakulty 2015 : zborník vedeckých statí. - Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM. ISBN 978-80-225-4199-2, s. 98-103 CD-ROM.
10. LITOMERICKÝ, J. 2016. Flexibilita poskytovania služieb v cestovnom ruchu ako nástroj zvyšovania efektívnosti. In Ekonomika cestovného ruchu a podnikanie : vedecký časopis Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave. - Bratislava : Katedra služieb a cestovného ruchu OBF EU. 2016. ISSN 1337-9313, roč. 8, č. 1, s. 42-47 online.

11. LITOMERICKÝ, J. 2018. Inovácia reklamačného konania v obchode a službách spoločností. In Vedecké state Obchodnej fakulty 2018/1 : zborník vedeckých statí. - Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM. ISBN 978-80-225-4507-5, s. 123-133.
12. NOVACKÁ, Ľ. - KULČÁKOVÁ, M. 1996. Klient v cestovnom ruchu. Eurounion. Bratislava. ISBN 80-85568-60-8.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu**

slovenský jazyk