

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/23beMARK030/23
Názov predmetu	marketing služieb II.
Rozsah	24sP
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Ing. Tamás Darázs, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolenú sú max. 3 absencia (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach).

Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %):

- 40 % hodnotenia tvorí vypracovanie a prezentácia odbornej eseje zameraného na marketingovú komunikáciu cestovného ruchu (20 + 20 bodov),
- 60 % hodnotenia predstavuje úspešné absolvovanie záverečnej písomnej skúšky (60 bodov). Úspešné absolvovanie písomnej skúšky znamená, že študent dosiahol minimálne 36 bodov.

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100).

Záverečná hodnotiaci 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 nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie:

- orientuje sa v širokom spektre problematiky marketingu cestovného ruchu a jeho nástrojov
- dokáže aktívne hľadať prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať v praxi uplatňované postupy v oblasti marketingovej komunikácie v cestovného ruchu
- na základe teoretických vedomostí a práce na prípadových štúdiách je študent schopný analyzovať aktuálnu situáciu v odvetví služieb cestovného ruchu konkrétnej spoločnosti
- vie posúdiť východiskový stav v zmysle konkrétneho problému a naplňaťvytýčené ciele, príp. navrhnúť opatrenia na ich zmenu tak, aby aktér cestovného ruchu dosiahol želaný stav
- rozvíja si analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie.
- prácou na tímovom projekte si študent zároveň zlepší kooperáciu v tíme, a uvedomí individuálnu i spoločnú zodpovednosť pri práci na projekte.

Stručná osnova predmetu

1. Úvod do problematiky cestovného ruchu. Základná terminológia cestovného ruchu.
2. Geografia cestovného ruchu: európa a svet.

3. Marketing a marketingová komunikácia v cestovnom ruchu.
4. Nástroje marketignového mixu v cestovnom ruchu.
5. Nástroje komunikačného mixu v cestovnom ruchu.
6. Inštitucionálna organizácia cestovného ruchu na Slovensku.
7. Organizácie destinačného manažmentu, marketingový manažment organizácií cestovného ruchu
8. Nové trendy a predikcie v cestovnom ruchu.
9. Vybrané problémy cestovného ruchu: digitalizácia, trvalá udržateľnosť cestovného ruchu.
10. Vybrané problémy cestovného ruchu: branding v cestonom ruchu, domáci turizmus.
11. Prípadové štúdie.
12. Prípadové štúdie.

Odporúčaná literatúra

- Darázs, T. (2023). Marketing služieb. FMK UCM v Trnave
- Downe, L. (2020). Good Services: How to design services that work. BIS Publishers.
- Darázs, T., Šalgovičová, (2022) Procesy v marketingu a marketingovej komunikácii. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, ISBN 978-80-572-0292-9.
- Pastier, M. (2023) Žltá kniha budovania značky. barecz & conrad books
- Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner & M., Gremler, D. · (2020) Services Marketing: Integrating Customer Service Across the Firm 4e. McGraw-Hill Education. ISBN:9781526847812
- Kotler, P. (2019) Marketing Management 4th European Edition. Pearson. ISBN:9781292248462
- Berry, L. L., Parasuraman, A. (1991) Marketing services. Free Press: N. York.
- Benešová, D, Kubičková, V. (2009) Služby – prípadové štúdie. Ekonóm.
- Borovský, J. (2008) Cestovný ruch trendy a perspektívy. Bratislava: Iura Edition.
- Cibáková, V., Rózsa, Z., Cibák, Ľ. (2008) Marketing služieb. Bratislava: Iura edition, 2008
- Kolektív autorov: Služby a cestovný ruch. Bratislava: SPRINT, 2001, ISBN 80-88848-78-4
- Payne, A.: Marketing služieb. Grada Publishing, 1996.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský