Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FF UCM
Kód predmetu	KEAMS/meRVKT-J/24
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 zadaní počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou pristúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a vypracovanie zadaní podľa zadania vyučujúceho.
100% záverečné hodnotenie: 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadaní.
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 zadaní počas semestra, podľa zadania vyučujúceho. V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou pristúpenia k písomnej skúške nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a vypracovanie zadaní podľa zadania vyučujúceho.
100% záverečné hodnotenie: 80% písomná skúška, 20% spracovanie zadaní.
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 špecifík 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. Prenositeľné 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, zlepší si a kultivuje svoj písomný i ústny prejav.

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. Vjsledky 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. Neprehľadnosì ponuky, zavádzanie zákazníkov a nevyváženosì komerčnjch 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 ekonomickjch vzìahov 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 poskytovanjch služieb v obchode a cestovnom ruchu prostredníctvom mobilnjch 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