Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	IM UCM
Kód predmetu	KMTH/MATU/BcE/17/25
Názov predmetu	Inovačný manažment v turizme a hotelierstve
Rozsah	52sP
Počet kreditov	6
Vyučujúci	PhDr. Kristína Melušová, PhD. (cvičiaci), PhDr. Jaroslava Gburová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Podmienkou pristúpenia ku skúške je 80 % účasť na prednáškach a 80 % účasť na cvičeniach, a vypracovanie úloh počas semestra podľa zadania vyučujúceho.

V prípade individuálneho študijného plánu je podmienkou pristúpenia ku skúške nutná minimálne 50% účasť na prednáškach a cvičeniach a 50 % účasť na seminároch a vypracovanie zadaní podľa uváženia vyučujúceho.

100% záverečné hodnotenie – 80% skúška a 20% spracovanie zadaní na cvičeniach. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v%): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).

Výsledky vzdelávania

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

Vedomosti: Študent sa z predmetu zorientuje vo vednom odbore a v terminológii v súvislosti s turizmom a podstatou inovácií. Študent vie definovať jednotlivé pojmy z oblasti inovačného manažmentu. Pozná najdostupnejšie možnosti financovania inovácií v turizme a najnovšie trendy pri tvorbe produktov v cieľových miestach. Študent dokáže definovať nevyhnutnosť inovačného procesu a taktiež charakterizovať jeho fázy. Študent vie vymedziť jednotlivé typy inovácií, ktoré sú využívané v turizme a v hotelierstve (ekologické, organizačné a marketingové) a na základe praktických príkladov rozumie ich významu pre turizmus. Študent vie definovať podstatu informačných technológií v turizme, ktoré sú nevyhnutné najmä v hotelierstve, gastronómii, v cestovných kanceláriách, v informačných centrách a v cieľových miestach turizmu. Študent sa vie orientovať v problematike inštitucionálneho rámca riadenia inovácií ako aj vo význame spoluprác a partnerstiev pri implementácií inovácií v turizme na Slovensku.

Zručnosti: Študent dokáže uplatňovať základné princípy riadenia udržateľného turizmu a udržateľného rozvoja turizmu v praxi. Je schopný definovať dôležité atribúty na ašpirujúci inovatívny podnik turizmu v praxi. Študent je schopný formulovať odporúčania pre podniky turizmu, ktoré sa usilujú inováciami zlepšiť svoje podnikanie a zvýšiť tak množstvo návštevníkov a turistov v danom regióne. Študent je schopný samostatne zhodnotiť nevyhnutnosti procesu inovovania a vie jasne definovať hlavné znaky inovácií v turizme.

Profesijné kompetencie: Študent je odborne spôsobilý orientovať sa v širokej škále teoretických a praktických poznatkov týkajúcich sa inovácií v turizme. Študent sa orientuje v nových trendoch, ktoré podmieňujú a vo veľkej miere vplývajú na tvorbu produktov turizmu. Študent je schopný odporučiť podniku v turizme postupy a možnosti ako vhodne pristupovať k inovačným krokom. Na základe vedomostí o finančných možnostiach podpory inovácií, študent má schopnosť navrhnúť reálnemu podniku spôsoby, ako postupovať v záujme tvorby inovácií. Študent je odborne spôsobilý získané vedomosti a zručnosti uplatniť v praktickej činnosti v turizme a hotelierstve po absolvovaní štúdia.

Prenositeľné kompetencie: Študent predmetu si osvojí komunikačné zručnosti. Študent je schopný pracovať v tímoch a osvojí si techniky organizovania, plánovania a časového manažmentu. Študent si zvýši svoju digitálnu gramotnosť a analytické myslenie. Študent nadobudne schopnosť analyzovania a riešenia problémov. Študent si osvojí kultivovaný, odborný, písomný i ústny prejav, ktorý následne aplikuje na iných predmetoch a zvýši si tak celkovú vzdelanostnú úroveň.

Stručná osnova predmetu

1. Podstata a význam inovácií v turizme.
2. Riziká a bariéry pri implementácii inovácií v turizme.
3. Inovačný proces, charakteristika jednotlivých fáz.
4. Financovanie inovácií v podmienkach Slovenskej republiky.
5. Produktové inovácie v cieľovom mieste turizmu.
6. Riadenie organizačných inovácií v podniku turizmu.
7. Marketingové inovácie a nové formy propagácie využívané v turizme.
8. Ekologické inovácie pre riadenie udržateľného turizmu.
9. Digitalizácia a využívanie digitálnych nástrojov v turizme.
10. Spolupráca a partnerstvo pri rozvoji inovácií.
11. Inštitucionálny a politický rámec podpory inovácií v turizme na Slovensku.
12. Sociálne inovácie a budovanie značky destinácie v turizme.
13. Inovačný manažment v praxi – prípadové štúdie.

Odporúčaná literatúra

ČERNÁ, J. 2022. Trendy a manažérske výzvy pre turizmus. Trnava: UCM v Trnave. ISBN 978-80-572-0293-6.
FÚSKOVÁ, M. 2024. Aktuálne trendy v turizme /Vybrané témy a fenomény. Nitra: UKF v Nitre. 26 s. ISBN 978-80-558-2245-7.
GAJDOŠÍK, T., GAJDOŠÍKOVÁ, Z., MARČEKOVÁ, R. 2017. Informačné technológie v cestovnom ruchu. Bratislava: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-8168-587-3.
GAJDOŠÍKOVÁ, Z. 2017. Inovácie v cestovnom ruchu. 2017. Banská Bystrica: Bellanum. ISBN 978-80-557-1230-7.
GALLO, P. 2021. Manažérske inovácie. Prešov: Dominanta.
GBUROVÁ, J., MATUŠÍKOVÁ, D. 2023. Finančné digitálne inovácie v manažmente cestovného ruchu na príklade uplatňovania kryptomien. In Mladá veda = Young science. (online), roč. 11,C č. 3., s. 16-23. ISSN 1339-3189.
GBUROVÁ, J. MIKLE, L., VADKERTIOVÁ, A. 2024. Cryptocurrencies, Innovations and Marketing in Startups. In Journal of global science = JOGSC. (online), roč. 9, Special Issues, s. 1-8. ISSN 2453-756X.
HOGHOVÁ, K. 2019. Využiteľnosť digitálneho marketingu v územnej samospráve. In: Quo vadis massmedia & marketing: zborník príspevok z medzinárodnej vedeckej konferencie. Trnava: UCM v Trnave. ISBN 978-80-572-0010-9.
HOGHOVÁ, K., BUTORACOVÁ ŠINDLERYOVÁ, I. 2020. Brand Marketing of Regional Products - A Potential Strategic Management Tool in Regional Development. In Communication Today, roč. 11, č. 1. Trnava: UCM v Trnave.25 ISSN 1338-130X.

KATSONI, V., SPYRIADIS, T. 2019. Cultural and Tourism Innovation in the Digital Era. Sixth International IACuDiT Conference. Cham: Springer Nature Switzerland. ISBN 978-3-030-36341-3.
KUBIČKOVÁ, V., BENEŠOVÁ, D. 2023. Inovácie v cestovnom ruchu. Prípadové štúdie. České Budejovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií. ISBN 978-80-7556-117-6.
PALENČÍKOVÁ, Z. 2015. Produkty cestovného ruchu. Nitra: UKF v Nitre. ISBN 978-80-558-0949-6.
SIGALA, M., RAHIMI, R., THELWALL, M. 2019. Big Data and Innovations in Tourism, Travel and Hospitality. Managerial Approaches, Techniques and Applications. Singapore: Springer Nature singapore Pte Ltd. ISBN 978-981-13-6339-9.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Slovenský jazyk

Poznámky

Časová záťaž študenta:
150 hodín, z toho:
kombinované štúdium (P, S, C): 52
samoštúdium: 46
iné: spracovanie zadaní: 52