

# Obsah

## Úvod

1 Podstata a význam využívania informačných systémov v praxi .....	1
1.1 Definícia pojmu informačný systém .....	1
1.1.1 Klasifikácia informačných systémov .....	4
1.1.2 Vývojové trendy v oblasti informačných systémov .....	8
1.2 Informačné systémy a technológie v cestovnom ruchu .....	21
1.2.1 Cestovný ruch a internet .....	21
1.2.2 Virtuálny obchod .....	21
1.2.3 Centrálné rezervačné systémy a globálne distribučné systémy .....	22
1.2.4 Informačné systémy v turistických informačných kanceláriách .....	22
1.2.5 Európsky turistický portál .....	22
1.2.6 Trendy informačných systémov v cestovnom ruchu .....	23
2 Definícia CRM .....	29
2.1 Čo je teda CRM? .....	31
2.2 Pre koho je CRM určený .....	32
3 História .....	35
3.1 Ako vzniklo CRM? .....	35
4 Súčasnosc' .....	36
5 Využitie .....	37
6 Prínosy .....	38
7 Prečo CRM .....	39
7.1 Analytický marketing .....	39
7.2 Kreatívny marketing .....	40
7.3 Prevádzkový marketing .....	41
7.4 Kombinovaná sila marketingových disciplín .....	41
8 CRM a odvetvie cestovného ruchu .....	42
9 Základné funkcie CRM .....	43
10 Moduly .....	47
10.1 Základné moduly CRM: .....	47
10.1.1 Modul Kontakt .....	47
10.1.2 Modul Marketing, Telemarketing & Predaj .....	47
10.1.3 Modul Prieskum a získavanie spätnej väzby .....	48
10.1.4 Modul Podpora a starostlivosť o zákazníkov .....	49
10.1.5 Modul Web a E-mail .....	49
11 Zásady implementácie .....	51
11.1 Identifikovať cieľ .....	51
12 Trendy .....	54
12.1 PRM .....	54
12.1.1 Na čo slúži PRM .....	54
12.1.2 mCRM .....	55
Záver	
Literatúra	