

## Marketing a management cestovního ruchu

- 1. Základní terminologie marketingu služeb cestovního ruchu.** Marketing, produkt, služba. Význam marketingu v praxi, charakteristické vlastnosti služeb cestovního ruchu. Faktory ovlivňující nákupní chování spotřebitele ve službách cestovního ruchu.
- 2. Strategický a taktický marketing.** Hlavní rozdíly a realizované aktivity strategického i taktického marketingu - vysvětlení na příkladech z podniků a organizací cestovního ruchu, včetně DMO. Segmentace trhu - význam pro praxi cestovního ruchu a nejčastěji využívaná segmentační kritéria.
- 3. Marketingový mix hmotných výrobků a jeho aplikace ve službách cestovního ruchu.** Charakteristika a příklady praktického uplatnění základního mixu v podnicích a organizacích cestovního ruchu, včetně DMO.
- 4. Rozšířený marketingový mix.** Charakteristika a příklady praktického uplatnění rozšířeného marketingového mixu v podnicích a organizacích cestovního ruchu, včetně DMO.
- 5. Marketingový výzkum v cestovním ruchu.** Marketingový výzkum a průzkum (význam, možnosti zaměření, přípravná a realizační fáze výzkumu, výzkumné agentury). Kvantitativní a kvalitativní marketingový výzkum - rozdíly, příklady výzkumných metod a technik. Primární a sekundární data v marketingu, aktuální statistické údaje o cestovním ruchu.
- 6. Hodnocení a kontrola marketingových aktivit v cestovním ruchu** (konkrétní příklady metod a technik hodnocení a měření výkonnosti marketingových aktivit; jejich aplikace do činností podniků a organizací cestovního ruchu, vč. DMO). Poslání, vize a cíle v marketingu cestovního ruchu - rozdíly, jejich stanovení a praktický význam.
- 7. Destinace cestovního ruchu.** Destinace cestovního ruchu a její vymezení, mentální destinace (vysvětlení na příkladech). Destinace na straně nabídky, destinace na straně poptávky. Primární, sekundární a terciární potenciál destinace pro rozvoj cestovního ruchu a jeho aktivace (vysvětlení na příkladech). Genius loci.
- 8. Organizace destinačního managementu (DMO)** - cíl a základní principy fungování, hlavní aktivity, členové, možnosti financování, hierarchie organizací destinačního managementu v České republice - s příklady DMO. Návštěvnický management. Rezidentský management.
- 9. Vznik a vývoj destinačního managementu** - u nás i ve světě. Rajonizace území ČR - různé přístupy, s příklady (rajonizace podle regionální politiky EU, MAS, vinařská rajonizace...). Rajonizace cestovního ruchu na našem území.
- 10. Marketingové řízení destinace** - znaky, cíl a proces marketingového řízení destinace. Produkt destinace (procesy tvorby destinačního produktu; rozdíl mezi produktem na trhu cestovního ruchu (výrobek, službou) a produktem destinace; příklady destinačních produktů).
- 11. Provozování cestovních kanceláří a cestovních agentur.** Zahájení činnosti CK a CA - legislativní rámec, proces získání živnostenského oprávnění. Podnikatelský záměr CK. Podmínky provozování CK a CA v ČR - povolené a zakázané činnosti. Podmínky zprostředkování prodeje zájezdů pomocí internetu, jejich význam pro spotřebitele.

**12. Pojištění CK a CA na trhu cestovního ruchu.** Pojištění odpovědnosti a jeho význam pro podnikatelský subjekt. Pojištění záruky pro případ úpadku touroperátora (význam pro spotřebitele; výdaje CK na pojištění; pojistné plnění a postup vedoucí k jeho realizaci).

**13. Smlouva o zájezdu.** Význam smlouvy o zájezdu pro podnik CK i pro zákazníka. Potvrzení o zájezdu. Možnosti změn uzavřené smlouvy o zájezdu a práva zákazníka CK při těchto změnách. Informační povinnosti CK při prodeji zájezdu. Postoupení smlouvy o zájezdu. Odstoupení od smlouvy o zájezdu. Uplatnění vad zájezdu, náhrada škody.

**14. Soubor služeb cestovních kanceláří a cestovních agentur.** Služby CK/CA a jejich charakteristiky. Produkt CK - zájezd (tvorba, propagace, typologie zájezdů). Trendy v činnosti CK a CA na trhu ČR a EU. Příklady aplikace CRM (customer relationship management) v provozu podniků CK a CA.

**15. Podniky CK a CA na trhu cestovního ruchu.** Postavení a funkce CK a CA na trhu cestovního ruchu. Organizační struktura podniků CK a CA (typy organizačních struktur, silné i slabé stránky z hlediska řízení CK/CA, podnikové centrum a výkonné složky podniku). Formy spolupráce mezi CK a CA, význam spolupráce na trhu CK a CA.

**16. Kategorie a klasifikace ubytovacích zařízení v České republice a v zahraničí** (podmínky pro ubytovací zařízení a proces udělení oficiální kategorie). AHR ČR, Hotelstars. Druhy a vybavení pokojů.

**17. Ubytovací úsek** - Recepce, Úklid, Údržba, Bezpečnost (organizační struktura, pozice, procesy, odpovědnosti, řízení kvality).

**18. Stravovací úsek** - Kuchyň, Restaurace, Bar, Minibar, Room Service, Event Management, Bankety (organizační struktura, pozice, procesy, odpovědnosti, řízení kvality a produktivita práce).

**19. Revenue management a marketingový proces v hotelu** - Nástroje, vysvětlení pojmů, organizační struktura, pozice, procesy, odpovědnosti. Měření výsledků, podíl na trhu.

**20. Generální ředitel, management v hotelu** - Podnikatelský plán hotelu, strategie, rozpočet. Organizační struktura hotelu, pozice, procesy, odpovědnosti.

## Doporučená literatura:

### Okruhy 1 až 6 (MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU)

- BÁRTOVÁ, H., BÁRTA, V., KOUDELKA, J. *Chování spotřebitele a výzkum trhu*. Praha: Oeconomica, 2004, 120 s. ISBN: 80-245-0778-1.
- FORET, M. *Marketingový průzkum – Poznáváme svoje zákazníky*. Praha: Computer press, 2009. ISBN 978-80-251-2183-2.
- HORNER, S., SWARBROOKE J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2003. ISBN: 80-247-0202-9.
- JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada, 2012, 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- KOTLER, P., BOWEN, J., MAKENS, J. *Marketing for Hospitality and tourism*. P: Pearson, 2014. ISBN 978-1-292-02003-7.
- KOZEL, R., MYNÁŘOVÁ, L., SVOBODOVÁ, H. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada Publishing 2011. 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.

- VANÍČEK, J. *Marketing služeb a cestovního ruchu*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, 2012.
- Přednášky z marketingu v cestovním ruchu jsou pravidelně aktualizovány a k dispozici na disku S: ve složce ucitel/Sediva Neckarova\_Alice/Marketing cestovního ruchu.

#### **Okruhy 7 až 10 (DESTINAČNÍ MANAGEMENT)**

- HOLEŠINSKÁ, A: *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Ekonomicko-správní fakulta MU Brno, 2012. 151 s. ISBN 978-210-584701.
- PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací*. Praha: Grada, 2011. 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.
- PACHROVÁ, S., JANOUŠKOVÁ, E., ŠEDIVÁ NECKÁŘOVÁ, A. *Marketingový výzkum návštěvnosti - významný nástroj destinačního managementu. Příklad Kraje Vysočina*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2017. ISBN 978-80-7204-948-6.
- Gúčík, M. a kol., 2012. *Manažment cieľového miesta cestovného ruchu*. Banská Bystrica: DALI-BB. ISBN 978-80-8141-025-3.
- Doplnující studijní materiály z e-learningového kurzu MDS.

#### **Okruhy 11 až 15 (MANAGEMENT CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ A AGENTUR)**

- PACHROVÁ S.: *Management cestovních kanceláří a agentur*. Studijní opora. Jihlava: VŠP Jihlava, 2011.
- Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (Díl 6: Zájezd).
- Doplnující studijní materiály z e-learningového kurzu MNCK.

#### **Okruhy 16 až 20 (MANAGEMENT UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ)**

- SCHOLZ, P. *Ubytovací zařízení - historie a současnost, provoz, management*. Praha: Idea Servis, 2021. ISBN 978-80-85970-96-8.
- KŘÍŽEK F., NEUFUS J.: *Moderní hotelový management*. 2. aktuální a rozšířené vydání. Grada Publishing 2014, 224 s. ISBN 978-80-247-4835-1.
- ORIEŠKA J.: *Kongresový cestovní ruch*. Praha: Idea Servis, 2003, 139 s. ISBN 80-85970-45-7.
- <http://www.hotelstars.cz> - klasifikace ubytovacích zařízení v České republice