

MATURITNÍ TEMATICKÉ KRUHY 2026/2027

MANAGEMENT CESTOVNÍHO RUCHU A HOTELNICTVÍ TEMATICKÉ OKRUHY K ÚSTNÍ PROFILOVÉ ZKOUŠCE

1.

- a) **Marketingový mix – 4P, rozšířený marketingový mix 7P a model 4C**
(charakteristika marketingového mixu, specifikace 4P, rozšířený marketingový mix 7P, model 4C a jeho vztah k 4P, využití marketingových nástrojů v cestovním ruchu)
- b) **Historie a vývoj cestovního ruchu**
(počátky cestování, hlavní etapy vývoje cestovního ruchu, významné mezníky a osobnosti, vznik organizovaného cestovního ruchu, vývoj cestovního ruchu v České republice a ve světě)

2.

- a) **Marketingový mix – produkt a služba**
(produkt jako marketingový nástroj, členění produktů, komplexní výrobek, vývoj a životní cyklus produktu, vlastnosti a kvalita služeb v cestovním ruchu)
- b) **Pasové, vízové a celní služby**
(cestovní doklady, pasové a vízové náležitosti, cestování v rámci Evropské unie a schengenského prostoru, základní celní předpisy a povinnosti cestujících)

3.

- a) **Marketingový mix – cena**
(význam a funkce ceny, metody stanovení ceny, cenové strategie, cenová politika v cestovním ruchu, dynamická tvorba cen)
- b) **Průvodce cestovního ruchu a průvodcovská činnost**
(druhy průvodců, úkoly a povinnosti průvodce, osobnostní předpoklady, odborné znalosti a dovednosti, podmínky výkonu průvodcovské činnosti)

4.

- a) **Marketingový mix – distribuce**
(charakteristika, distribuční cesty a jejich druhy, velkoobchod, maloobchod, cestovní kanceláře a agentury jako distribuční články, online distribuce a využití internetu)
- b) **Hygiena a bezpečnost práce ve veřejném stravování, příprava pracoviště**
(osobní a provozní hygiena, zásady bezpečnosti práce, požadavky na pracovníka obsluhy, příprava a úklid pracoviště, organizace práce)

5.

- a) **Marketingový mix – marketingová komunikace**
(charakteristika propagace, komunikační mix, reklama, podpora prodeje, public relations, osobní prodej, přímý marketing, online marketing a sociální média, význam komunikace v cestovním ruchu)

- b) **Smluvní vztahy a kontraktace v cestovním ruchu**
(kontraktace služeb, vztahy cestovní kanceláře s dodavateli, objednávka a potvrzení služeb, smlouvy s poskytovateli ubytovacích, stravovacích a dopravních služeb, smlouva o zájezdu, práva a povinnosti smluvních stran)
- 6.
- a) **Marketing a trh, segmentace trhu**
(podstata trhu, nabídka a poptávka, tržně diferencovaný a nediferencovaný marketing, segmentace trhu, tržní zacílení a umístění, využití segmentace v cestovním ruchu)
- b) **Silniční doprava v cestovním ruchu**
(individuální automobilová a autobusová doprava, využití v cestovním ruchu, výhody a nevýhody, organizace přepravy a základní náležitosti)
- 7.
- a) **Marketingové prostředí**
(vnitřní a vnější prostředí podniku, mikroprostředí a makroprostředí, zákazníci, konkurence, dodavatelé a zprostředkovatelé, vliv prostředí na podnik)
- b) **Inventář na úseku obsluhy**
(stolový a sedací inventář, stolní prádlo, porcelánový, skleněný a kovový inventář, příbory a pomocný inventář, jeho použití, příprava, údržba a skladování)
- 8.
- a) **SWOT analýza**
(charakteristika a význam SWOT analýzy, silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby, postup zpracování SWOT analýzy a využití při tvorbě marketingové a podnikové strategie)
- b) **Cestovní kanceláře a cestovní agentury – zákon č. 159/1999 Sb.**
(rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou, jejich činnost, nabídka a prodej služeb, základní povinnosti cestovní kanceláře, ochrana zákazníka a ochrana pro případ úpadku)
- 9.
- a) **Marketing, historický vývoj marketingu**
(charakteristika a význam marketingu, vznik a vývoj marketingu, výrobní, výrobová, prodejní a marketingová koncepce, moderní marketing a jeho význam v cestovním ruchu)
- b) **Nápoje a jejich servis**
(rozdělení nealkoholických a alkoholických nápojů, vhodný inventář, teplota nápojů a základní pravidla jejich podávání a servisu)
- 10.
- a) **Marketingové řízení**
(charakteristika marketingového řízení, poslání, vize a cíle firmy, význam marketingového řízení v cestovním ruchu, fáze marketingového plánování)

- b) **Letecká a vodní doprava v cestovním ruchu**
(pravidelná a charterová letecká doprava, letiště a odbavení cestujících, letenky, zavazadla a služby; využití vodní dopravy, trajekty, říční a námořní doprava, okružní plavby)
- 11.
- a) **Marketingový informační systém**
(charakteristika MIS, význam marketingových informací, vnitřní a vnější zdroje informací, primární a sekundární data, marketingový výzkum a jeho fáze, techniky marketingového výzkumu, dotazník)
- b) **Způsoby obsluhy**
(jednoduchá a složitá obsluha, základní a vyšší forma obsluhy, jejich charakteristika a rozdíly, pravidla obsluhy, vhodný inventář a servis pokrmů)
- 12.
- a) **Management – vývoj teoretických názorů na řízení**
(charakteristika managementu, funkce řízení, vývojové směry nauky o řízení, vývoj teoretických názorů na řízení)
- b) **Pojišťovací služby v cestovním ruchu**
(cestovní pojištění, pojištění léčebných výloh, úrazové pojištění, pojištění zavazadel, odpovědnosti a storna, pojistná smlouva a postup při pojistné události)
- 13.
- a) **Manažerská funkce: plánování, marketingové plánování**
(charakteristika a účel plánování, členění plánů z hlediska funkce, času, dynamiky apod., druhy plánů, marketingový plán a jeho struktura)
- b) **Železniční doprava v cestovním ruchu**
(využití železniční dopravy v cestovním ruchu, druhy služeb, jízdní a přepravní doklady, výhody a nevýhody)
- 14.
- a) **Marketingové strategie**
(charakteristika marketingové strategie, konkurenční strategie, matice růstu podniku)
- b) **Systémy obsluhy**
(základní systémy obsluhy, organizace práce, rozdělení úkolů mezi pracovníky, výhody a nevýhody jednotlivých systémů a jejich využití v gastronomickém provozu)
- 15.
- a) **Manažerská funkce: organizování**
(charakteristika, organizační struktura, pracovní funkce, rozpětí managementu, organizační struktura hotelu)
- b) **Specifické formy cestovního ruchu**
(lázeňský a zdravotní, kongresový, incentívni, venkovský cestovní ruch a agroturistika, náboženský a gastronomický cestovní ruch; charakteristika, cílové skupiny a příklady)

16.

- a) **Manažerská funkce: řízení kolektivu, komunikace, motivace**
(charakteristika vedení lidí, řízení pracovního kolektivu, komunikace v organizaci, verbální a neverbální komunikace, motivace zaměstnanců, role manažera, úrovně řízení, moderní přístupy k řízení)
- b) **Peněžní a směnárenské služby v cestovním ruchu**
(měna, valuta a deviza, měnový kurz a kurzovní listek, nákup a prodej valut, směnárenské operace a platební prostředky využívané v cestovním ruchu)

17.

- a) **Management – styly řízení a vedení lidí**
(charakteristika řízení a jednotlivých stylů, situační vedení, výhody a nevýhody, vliv stylu řízení na pracovní kolektiv, moderní přístupy k vedení lidí)
- b) **Turistická informační centra a informační služby v cestovním ruchu**
(úkoly turistických informačních center, poskytované informace a služby, informační zdroje, propagační materiály, služby návštěvníkům a spolupráce s dalšími subjekty)

18.

- a) **Manažerská funkce: kontrola; rozhodování, sekvenční a paralelní funkce**
(charakteristika a cíl kontroly, fáze kontrolního procesu, druhy kontrol dle časového hlediska, subjektu kontroly a zaměření, sekvenční manažerské funkce, rozhodování jako paralelní funkce managementu)
- b) **Příprava průvodce na zájezd nebo akci**
(pokyny a dokumentace, informační, odborná a technická příprava, trasa a program zájezdu, informační zdroje, příprava výkladu a spolupráce s cestovní kanceláří)

19.

- a) **Osobnost manažera**
(úloha manažera v podniku, vlastnosti manažera, dovednosti manažera, manažerská mřížka – teorie GRID)
- b) **Předpoklady rozvoje cestovního ruchu a jeho význam**
(lokalizační, realizační a selektivní předpoklady, přírodní a kulturně-historické předpoklady, materiálně-technická základna, ekonomický, společenský a regionální význam cestovního ruchu)

20.

- a) **Řízení lidských zdrojů – získávání, výběr, hodnocení a odměňování zaměstnanců**
(personální řízení, ŘLZ, personální strategie, personální politiky, získávání a výběr zaměstnanců, pracovní pohovor, adaptace a vzdělávání zaměstnanců, hodnocení pracovního výkonu, odměňování, péče o zaměstnance)
- b) **Různé způsoby prodeje a nabídky**
(jidelní a nápojový listek, menu, zásady jejich sestavování, nabídka pokrmů a nápojů, způsoby prodeje a placení, moderní způsoby objednávání)

21.

- a) **Ubytovací služby a ubytovací zařízení**
(druhy ubytovacích zařízení, základní a doplňkové služby, požadavky na poskytování ubytovacích služeb a péče o hosta)
- b) **Orgány a organizace cestovního ruchu v České republice a ve světě**
(úloha státu, krajů a obcí, Ministerstvo pro místní rozvoj, CzechTourism, profesní organizace, významné mezinárodní organizace cestovního ruchu a jejich činnost)

22.

- a) **Hotelová klasifikace**
(kategorie a třídy ubytovacích zařízení, klasifikační kritéria, požadavky na vybavení a poskytované služby, význam klasifikace pro hosta a provozovatele)
- b) **Animační činnost v cestovním ruchu**
(význam a cíle animace, druhy animačních programů, osobnost a úkoly animátora, příprava a organizace programu, práce s různými skupinami účastníků, realizace a vyhodnocení animační činnosti)

23.

- a) **Hotel a jeho organizace**
(organizační struktura hotelu, jednotlivé úseky a jejich úkoly, pracovní pozice, front office, housekeeping a spolupráce jednotlivých hotelových úseků)
- b) **Slavnostní hostiny a společensko-gastronomické akce**
(druhy slavnostních hostin a společensko-gastronomických akcí, objednávka a příprava akce, slavnostní menu, úprava tabule, inventář, banket, raut a zásady obsluhy)

24.

- a) **Hotelové skupiny a hotelové řetězce**
(charakteristika hotelových skupin a řetězců, způsoby začlenění hotelu, jednotné standardy a značka, výhody a nevýhody členství, příklady hotelových řetězců)
- b) **Činnost průvodce během zájezdu nebo akce a po jejím skončení**
(převzetí skupiny, organizace průběhu zájezdu, komunikace s účastníky a dodavateli, práce s dokumentací, řešení mimořádných situací, ukončení a vyhodnocení zájezdu, vyúčtování a předání dokumentace)

25.

- a) **Trendy ve stravovacích službách**
(současné formy stravovacích služeb, měnící se požadavky hostů, využití moderních technologií, nové způsoby objednávání a placení, důraz na kvalitu, rychlost a individuální přístup)
- b) **Druhy a formy cestovního ruchu**
(členění cestovního ruchu podle základních hledisek – místa realizace, délky pobytu, způsobu organizace, počtu účastníků a způsobu financování; charakteristika a příklady)