

MATURITNÍ TEMATICKÉ OKRUHY 2026/2027

MARKETING A MANAGEMENT CESTOVNÍHO RUCHU

1. 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)

2. 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)

3. Marketingový mix – cena

(význam a funkce ceny, metody stanovení ceny, cenové strategie, cenová politika v cestovním ruchu, dynamická tvorba cen)

4. Marketingový mix – distribuce

(charakteristika, distribuční cesty a jejich druhy, velkoobchod, maloobchod, cestovní kanceláře a agentury jako distribuční články, online distribuce a využití internetu)

5. 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)

6. 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)

7. Marketingové prostředí

(vnitřní a vnější prostředí podniku, mikroprostředí a makroprostředí, zákazníci, konkurence, dodavatelé a zprostředkovatelé, vliv prostředí na podnik)

8. 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)

9. Marketing, historický vývoj marketingu

(charakteristika a význam marketingu, vznik a vývoj marketingu, výrobní, výrobní, prodejní a marketingová koncepce, moderní marketing a jeho význam v cestovním ruchu)

10. Marketingové řízení

(charakteristika marketingového řízení, poslání, vize a cíle firmy, význam marketingového řízení v cestovním ruchu, fáze marketingového plánování)

11. 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)

12. Management – vývoj teoretických názorů na řízení

(charakteristika managementu, funkce řízení, vývojové směry nauky o řízení, vývoj teoretických názorů na řízení)

13. Manažerská funkce: plánování, marketingové plánování

(charakteristika a účel plánování, členění plánů z hlediska funkce, času, dynamiky apod., druhy plánů, marketingový plán a jeho struktura)

14. Marketingové strategie

(charakteristika marketingové strategie, konkurenční strategie, matice růstu podniku)

15. Manažerská funkce: organizování

(charakteristika, organizační struktura, pracovní funkce, rozpětí managementu, organizační struktura hotelu)

16. 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)

17. 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)

18. 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)

19. Osobnost manažera

(úloha manažera v podniku, vlastnosti manažera, dovednosti manažera, manažerská mřížka – teorie GRID)

20. 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)

Zpracovala Ing. Petra Můčková

V Olomouci 15. 9. 2026