

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Škola:	Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova 9
Projekt MŠMT ČR:	EU PENÍZE ŠKOLÁM
Číslo projektu:	CZ.1.07/1.5.00/34.0536
Název projektu školy:	Výuka s ICT na SŠ obchodní České Budějovice
Šablona III/2:	Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT
Číslo šablony:	VY_32_INOVACE_EKO_257
Předmět:	Ekonomika
Tematický okruh:	Základní ekonomické kategorie
Autor, spoluautor:	Ing. Jana Šustrová
Název DUMu:	Cena v cestovním ruchu
Pořadové číslo DUMu:	17
Stručná anotace:	
Prezentace obsahuje zopakování základní ekonomické kategorie – cena v cestovním ruchu a je dále orientována na tvůrčí procvičení a ověření znalostí z této problematiky.	
Ročník:	2.
Obor vzdělání:	65-42-M/02 Cestovní ruch
Metodický pokyn:	Žáci v jednotlivých úkolech a otázkách pracují samostatně nebo je možné zvolit i skupinové vyučování. Výsledky mohou být kontrolovány průběžně, nebo po vypracování všech úkolů. Prezentace může být rovněž zařazena ve 4. ročníku v rámci souhrnného opakování nebo ve 3. ročníku v rámci tematického celku marketing.
Výsledky vzdělávání:	Žák používá a aplikuje základní ekonomické pojmy.
Vytvořeno dne:	13.3.2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	

Cena v cestovním ruchu



Obtížnost:

vyšší



Časová náročnost: 25 min

1. Uved'te příklady z oblasti cestovní ruchu, kde se můžete setkat s následujícími cenami:

Cena	Příklad
Smetanová cena	
Průniková cena	
Liniová cena	
Taktická cena	
Strategická cena	
Diskriminační cena	
Psychologická cena	

1. ŘEŠENÍ: Uved'te příklady z oblasti cestovní ruchu, kde se můžete setkat s následujícím cenami:

Cena	Příklad
Smetanová cena	image unikátního produktu, turistická inflace
Průniková cena	nový produkt, nezavedená, neznámá značka
Liniová cena	dle cenového vůdce v odvětví
Taktická cena	např. last minute, first moment
Strategická cena	např. interval nejvyšší / nejnižší ceny („ceny do... / ceny od“)
Diskriminační cena	jiné ceny pro různé segmenty, pro jiná místa
Psychologická cena	např. „bat'ovské ceny“ (99,-)

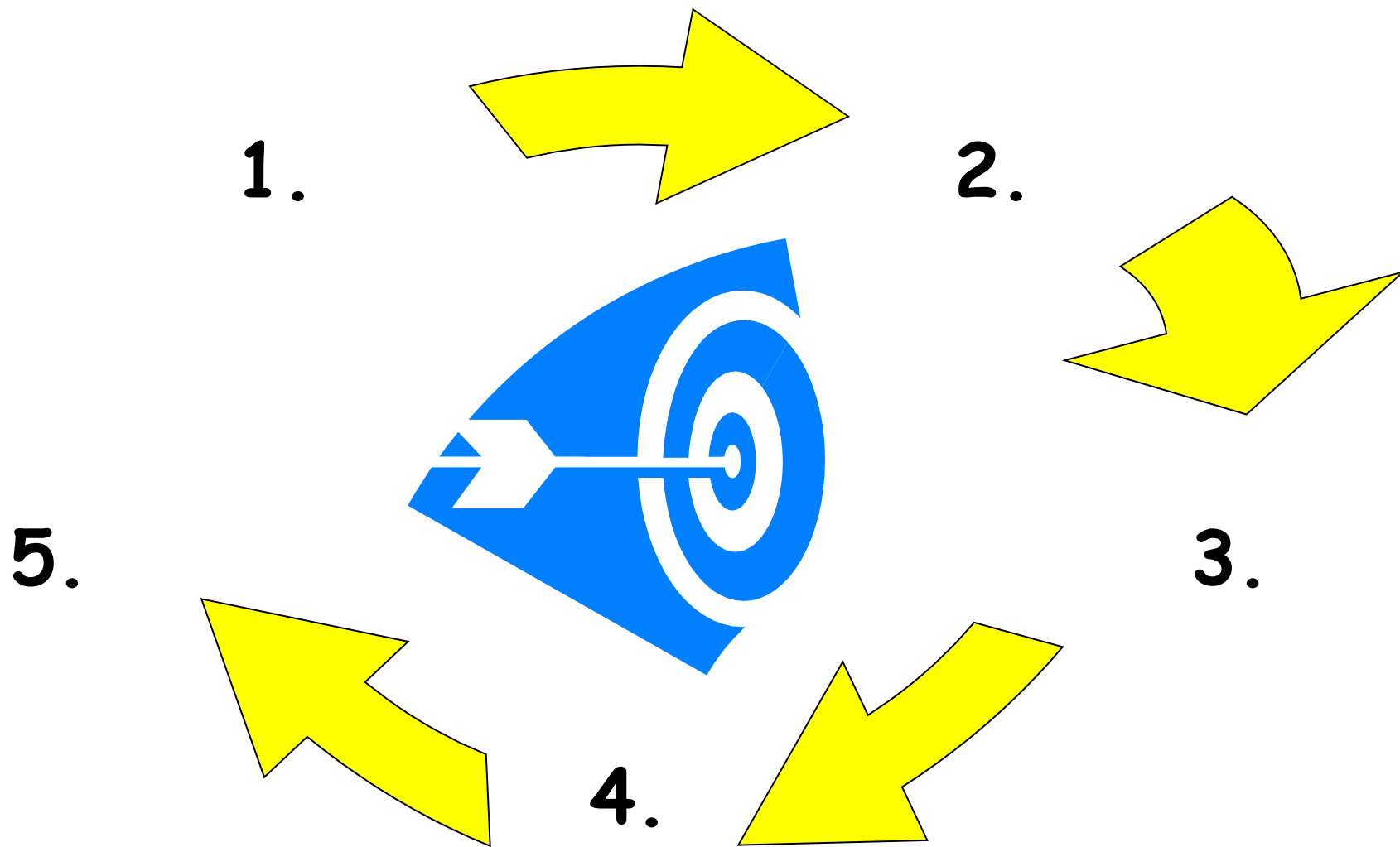
2. Přiřad'te:

- a) sezónní slevy
- b) akviziční slevy
- c) rodinné slevy
- d) slevy na první prodej
- e) slevy na poslední chvíli
- f) množstevní slevy
- g) slevy pro účastníky delších pobytů
- h) slevy pro stálé zákazníky
- i) fam trip, press trip
- j) slevy pro různé segmenty

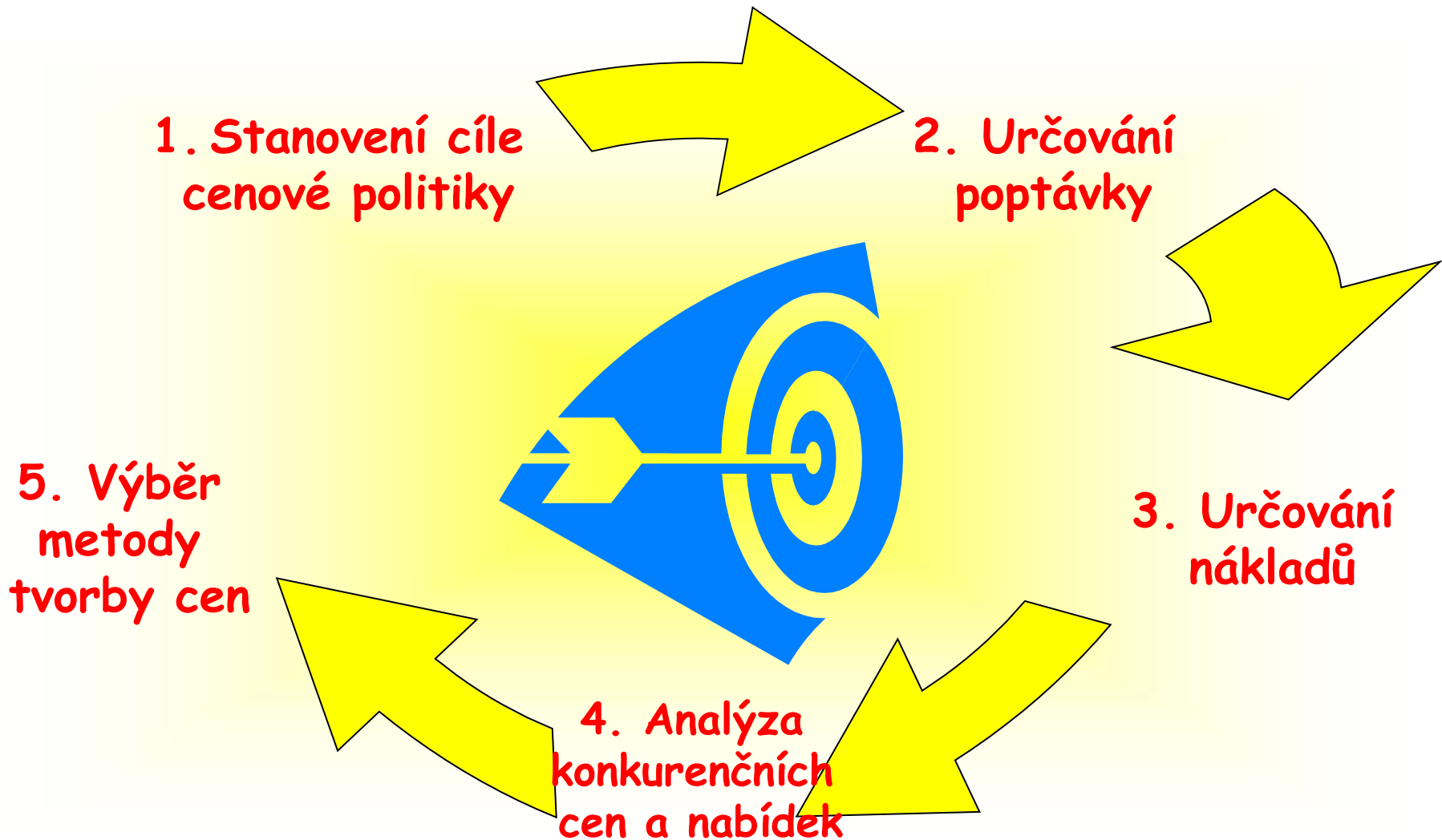
- 1) pro velkoodběratele
- 2) first moment
- 3) seznamovací cesta / pobyt
- 4) last momente
- 5) „dítě zdarma“
- 6) slevové karty (klubový systém)
- 7) vstupy, doprava pro skupiny
- 8) nižší ceny pro seniory
- 9) nižší ceny v mimosezóně / mezisezóně
- 10) dlouhodobé zájezdy, pobyty

ŘEŠENÍ: a9, b1, c5, d2, e4, f7, g10, h6, i3, j8

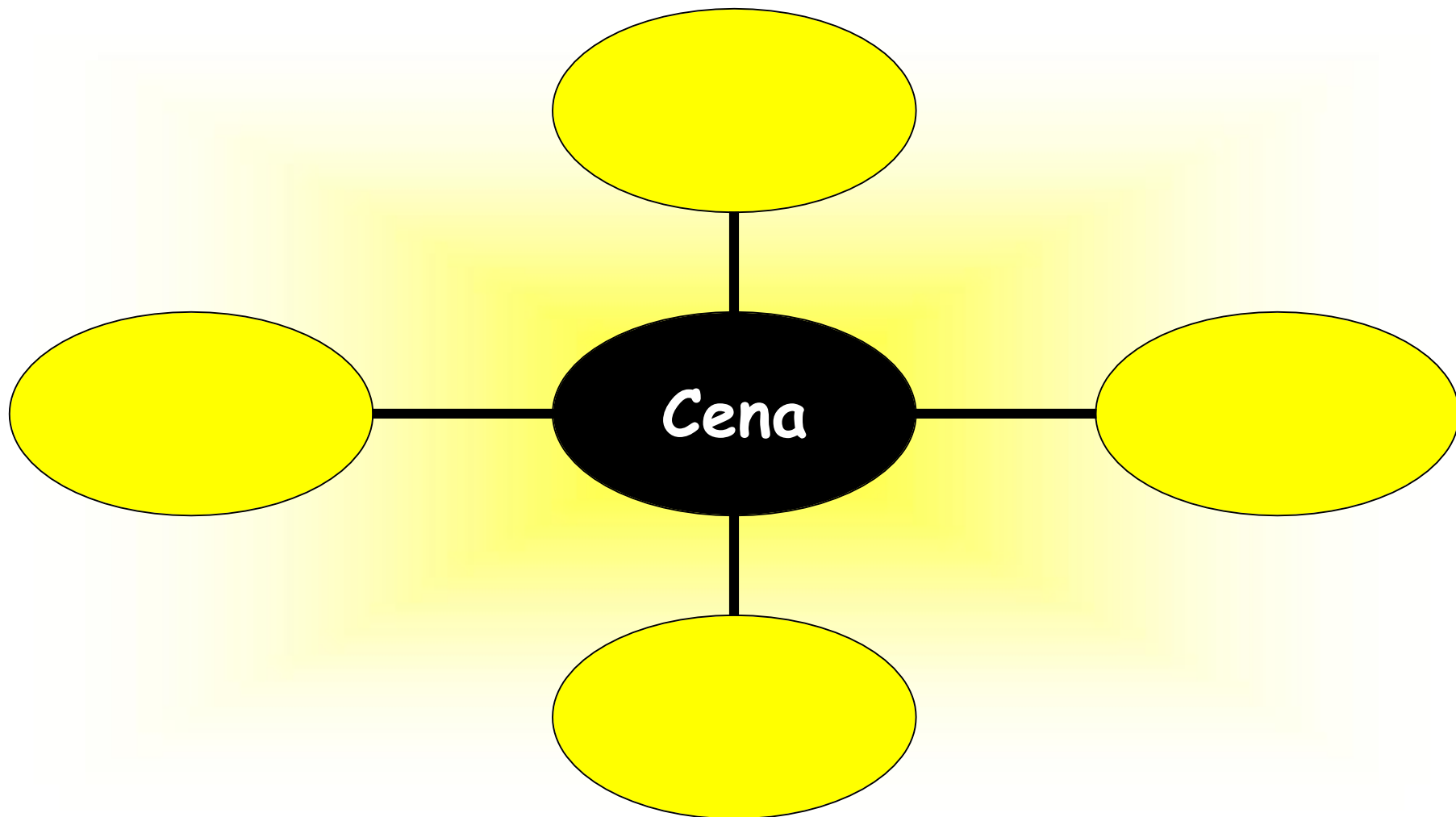
3. Doplňte postup stanovení ceny:



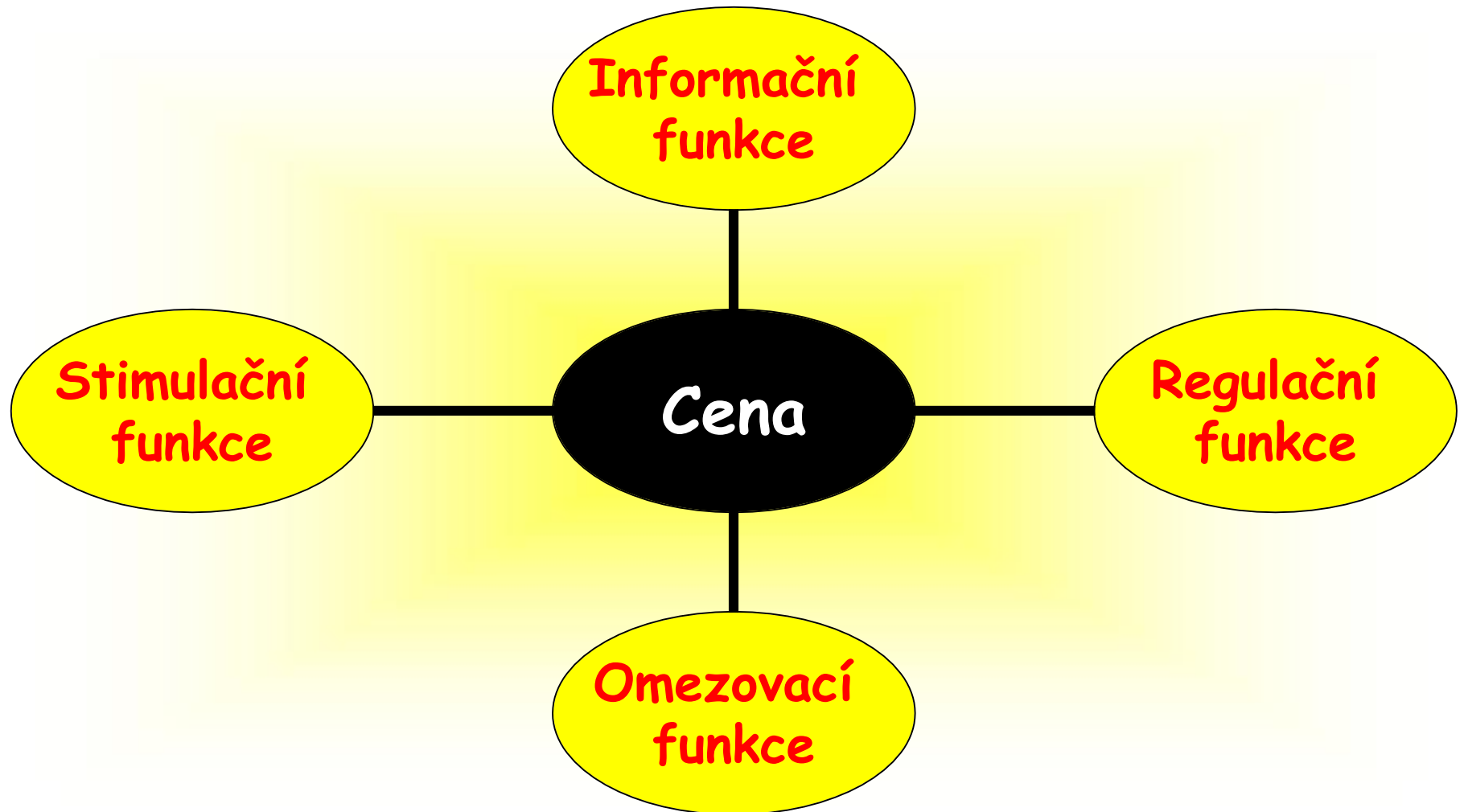
3. ŘEŠENÍ: Doplněte postup stanovení ceny:



4. Uved'te a vysvětlete funkce ceny:



4. ŘEŠENÍ: Uved'te a vysvětlete funkce ceny:



5. Staňte se kalkulátorem ceny. Zamyslete se nad nejvhodnějším přístupem k tvorbě ceny u následujících produktů:

- a) *zájezdy od cestovní kanceláře do katalogu*
- b) *vstupné do aquaparku*
- c) *ceny jídel v jídelním lístku*
- d) *ubytovací ceník*
- e) *ceny jízdného u pravidelné autobusové dopravy*
- f) *ceny hmotného turistického zboží v infocentru*
- g) *...*



Použité zdroje

- Zdroje obrázků a animací - kliparty sady Microsoft Office
- ŠVARCOVÁ, Jena. *Ekonomie: Stručný přehled*. Praha: Ceed, 2012. ISBN 9788087301005.

