

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_270
Předmět:	Ekonomika
Tematický okruh:	Management, marketing a personální zabezpečení pro cestovní ruch
Autor, spoluautor:	Ing. Jana Šustrová
Název DUMu:	Marketingový mix v cestovním ruchu
Pořadové číslo DUMu:	10
Stručná anotace:	Prezentace je orientována na opakování, tvůrčí procvičení a ověření základních znalostí z oblasti marketingu – marketingový mix v cestovním ruchu.
Ročník:	3.
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.
Výsledky vzdělávání:	Žák vysvětlí, co je marketing, zná nástroje marketingu a sestaví marketingový mix..
Vytvořeno dne:	18.4.2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	

Marketingový mix v cestovním ruchu

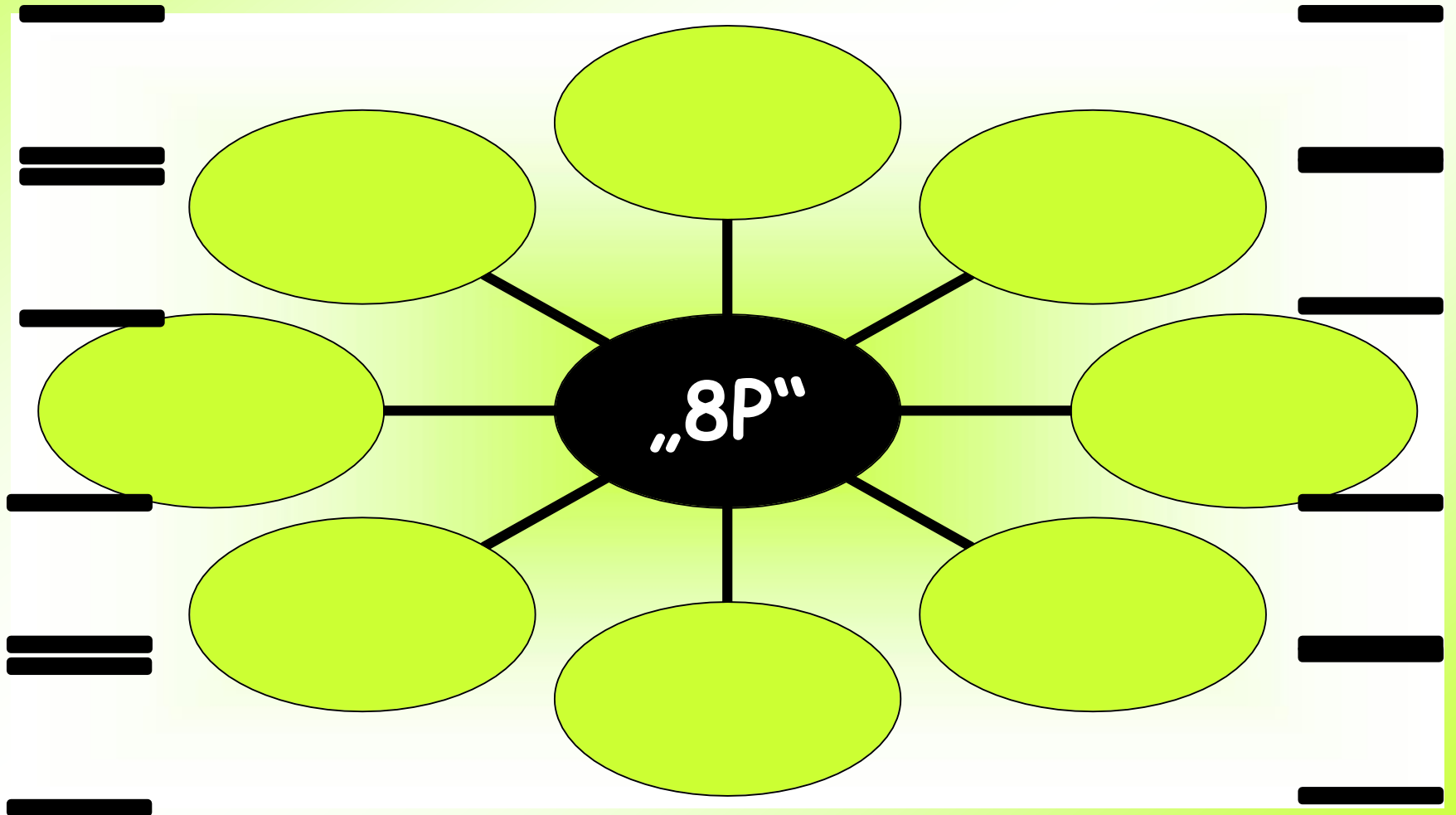


Obtížnost: střední

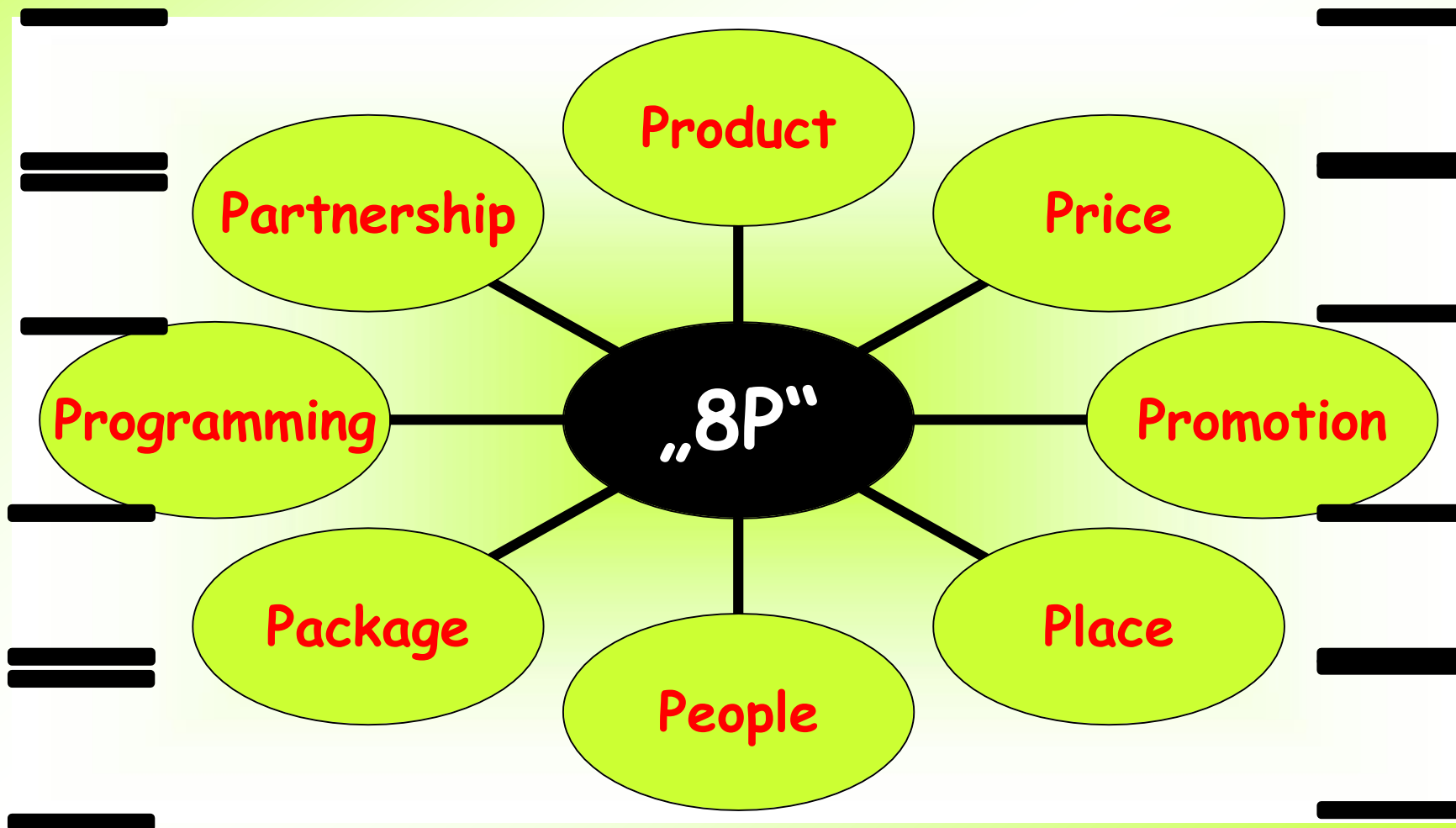


Časová náročnost: 25 min

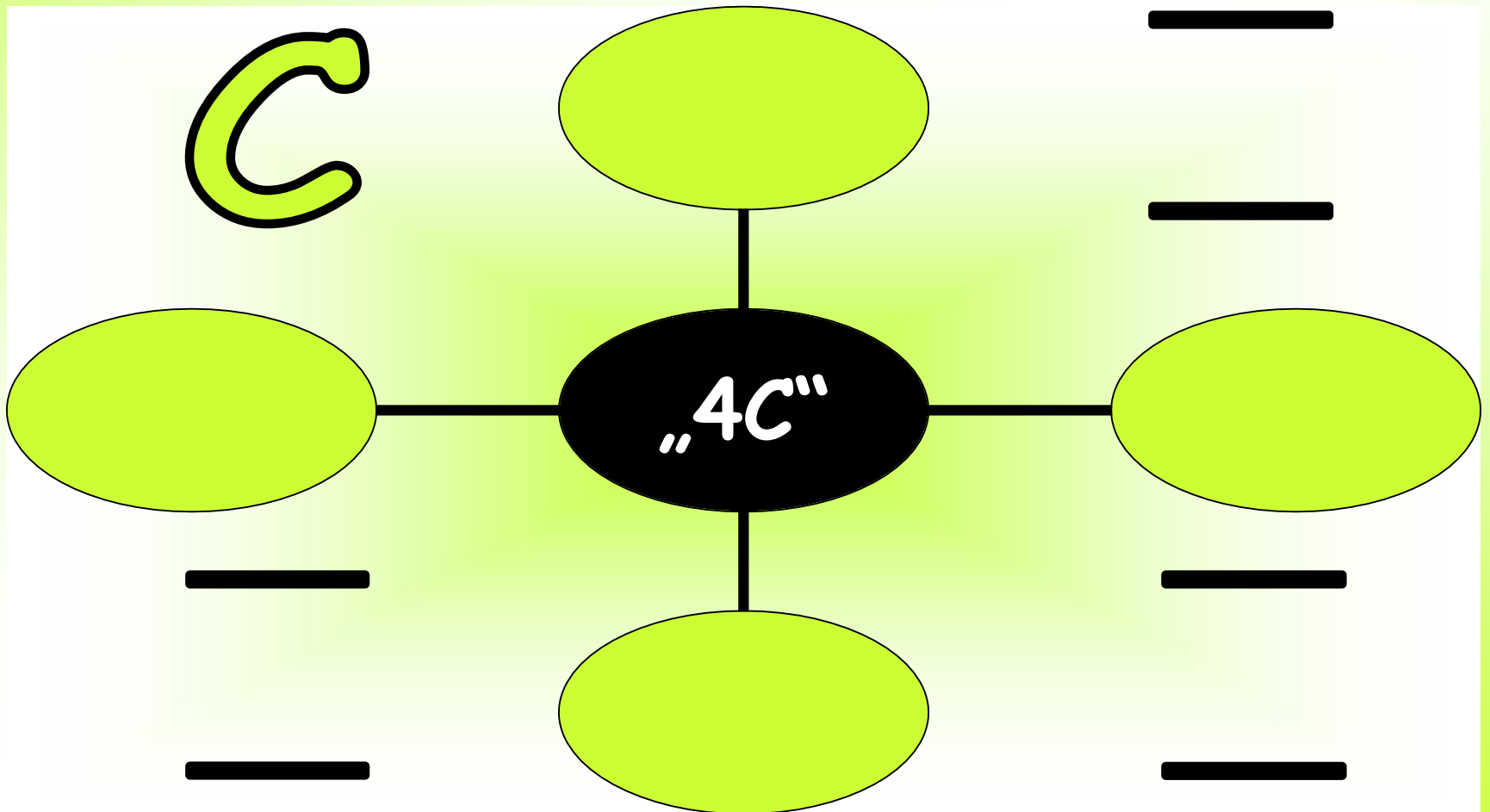
1. Doplňte nástroje rozšířeného marketingového mixu:



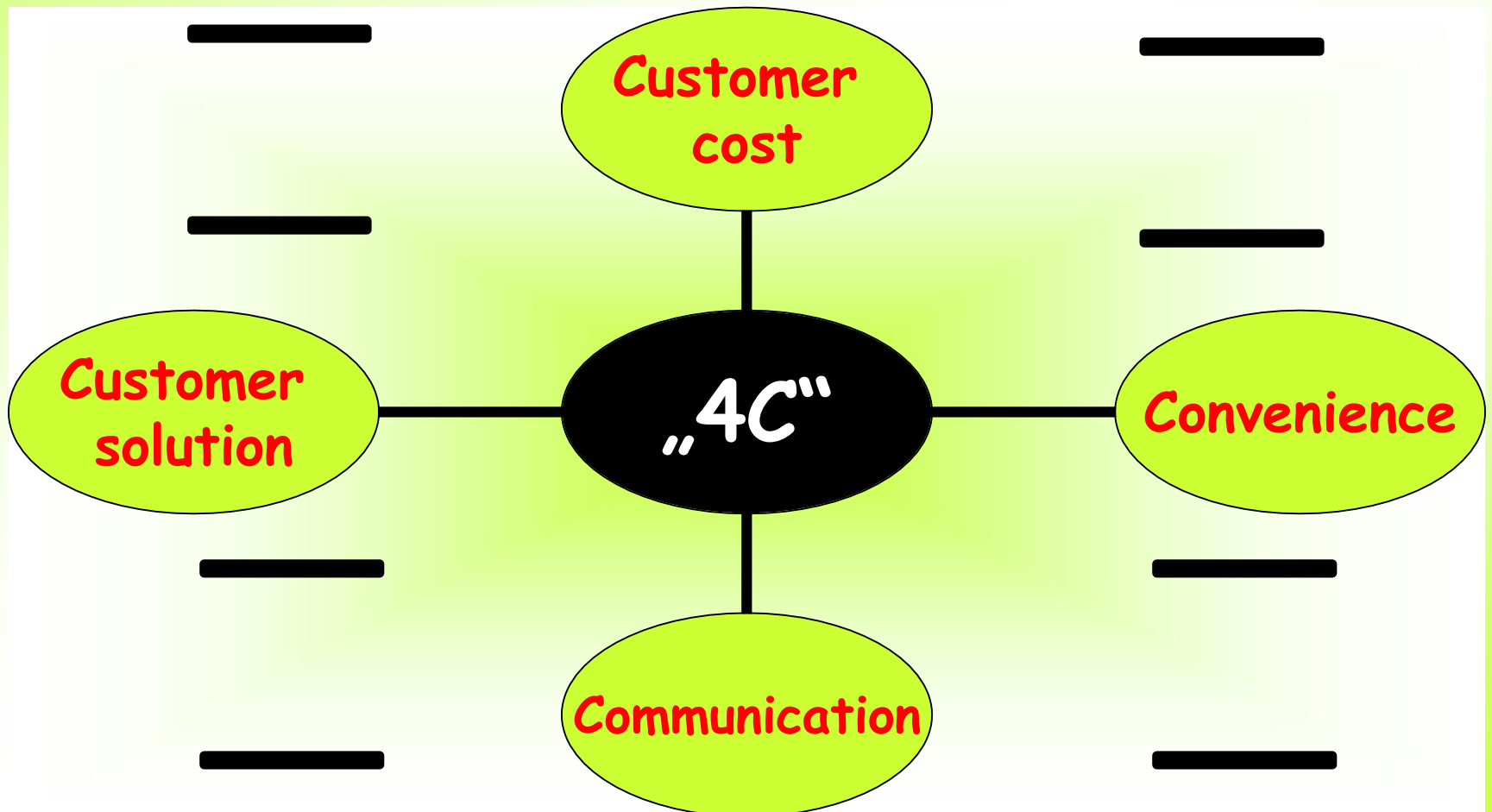
1. ŘEŠENÍ: Doplňte nástroje rozšířeného marketingového mixu:



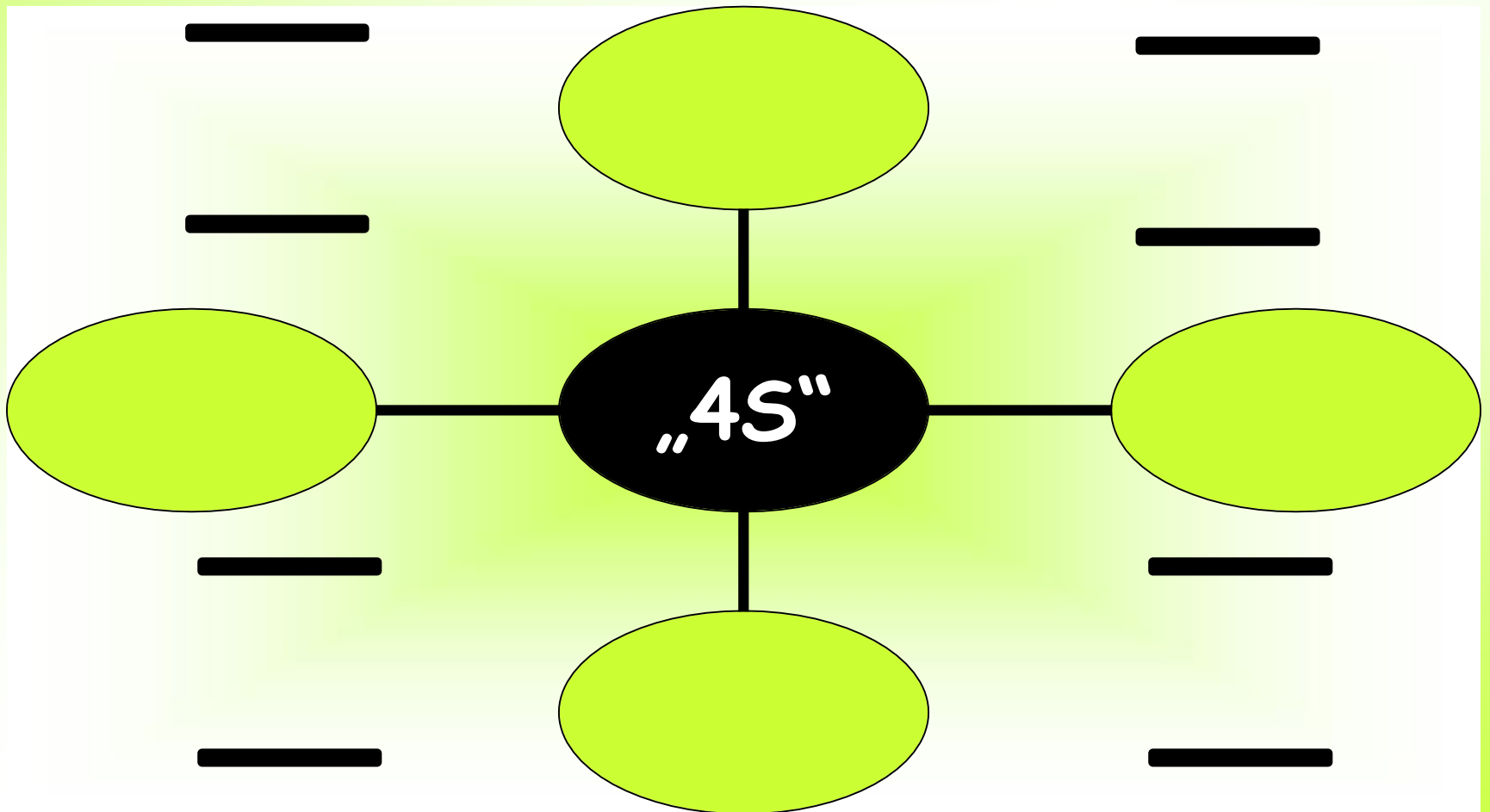
2. Doplňte nástroje marketingového mixu modelu „4C“:



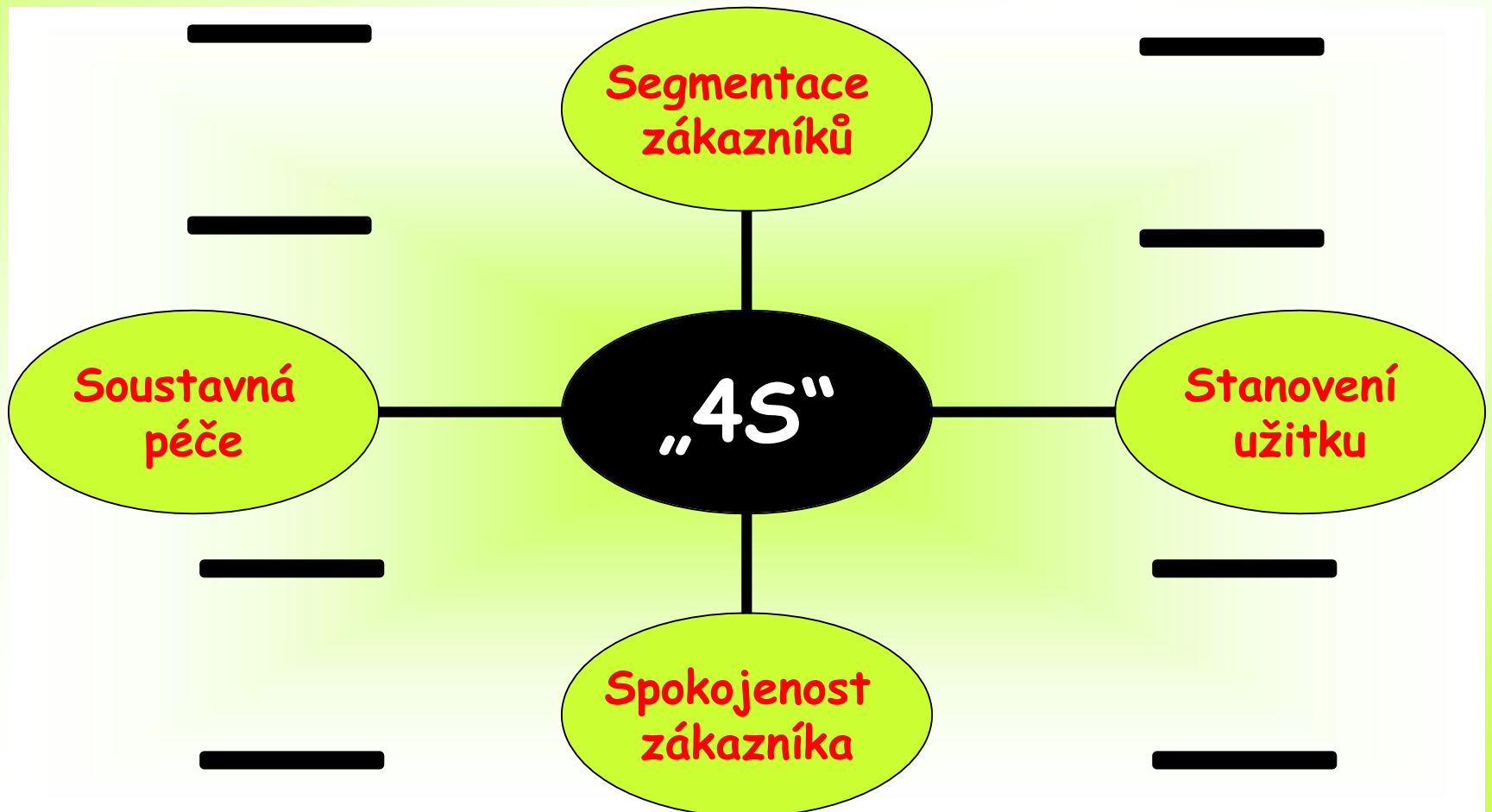
2. ŘEŠENÍ: Doplňte nástroje marketingového mixu modelu „4C“:



3. Doplňte nástroje marketingového mixu modelu „4S“:



3. ŘEŠENÍ: Doplňte nástroje marketingového mixu modelu „4S“:



4. Nástroje „8P“ vyjádřete v české odborné terminologii:

- I. Product =
- II. Price =
- III. Promotion =
- IV. Place =
- V. People =
- VI. Package =
- VII. Programming =
- VIII. Partnership =

4. ŘEŠENÍ: Nástroje „8P“ vyjádřete v české odborné terminologii:

- I. Product = výrobek, služba
- II. Price = cena
- III. Promotion = marketingová komunikace, propagace
- IV. Place = umístění na trhu, distribuční cesty
- V. People = lidé
- VI. Package = tvorba paketů, kompletace služeb
- VII. Programming = vytváření programů
- VIII. Partnership = spolupráce

5. Určete, zda jsou následující tvrzení pravdivá (zvolte ANO = pravda nebo NE = nepravda):

- a) Využívání 4 dodatečných nástrojů marketingového mixu vychází především ze specifík služeb cestovního ruchu. (...)
- b) Marketingový mix není základní princip marketingu. (...)
- c) Marketingový mix zahrnuje nekontrolované faktory, které slouží k uspokojování potřeb specifických skupin zákazníků. (...)
- d) Marketingový mix je tvořen souhrnem činitelů, které spolu s určením cílových trhů vytvářejí marketingovou strategii firmy. (...)
- e) Model 4P obsahuje základní marketingové nástroje, neboť určuje, co budeme na trhu nabízet, za jakou cenu, na jakém místě a jak o tom budeme informovat. (...)

5. **ŘEŠENÍ:** Určete, zda jsou následující tvrzení pravdivá (zvolte ANO = pravda nebo NE = nepravda):

- a) Využívání 4 dodatečných nástrojů marketingového mixu vychází především ze specifík služeb cestovního ruchu. **(ANO)**
- b) Marketingový mix není základní princip marketingu. **(NE)**
- c) Marketingový mix zahrnuje nekontrolované faktory, které slouží k uspokojování potřeb specifických skupin zákazníků. **(NE)**
- d) Marketingový mix je tvořen souhrnem činitelů, které spolu s určením cílových trhů vytvářejí marketingovou strategii firmy. **(ANO)**
- e) Model 4P obsahuje základní marketingové nástroje, neboť určuje, co budeme na trhu nabízet, za jakou cenu, na jakém místě a jak o tom budeme informovat. **(ANO)**

Použité zdroje

- Zdroje obrázků a animací - kliparty sady Microsoft Office
- KOTLER, Philip. *Marketing management*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.

