

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_274
Předmět:	Ekonomika
Tematický okruh:	Management, marketing a personální zabezpečení pro cestovní ruch
Autor, spoluautor:	Ing. Jana Šustrová
Název DUMu:	Tvorba paketů, programování a spolupráce v cestovním ruchu
Pořadové číslo DUMu:	14
Stručná anotace:	Prezentace je orientována na opakování, tvůrčí procvičení a ověření základních znalostí z oblasti marketingu - tvorba paketů, programování a spolupráce 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:	20.4.2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	

Tvorba paketů, programování a spolupráce v cestovním ruchu



Obtížnost: střední



Časová náročnost: 45 min



1. Přiřad'te:

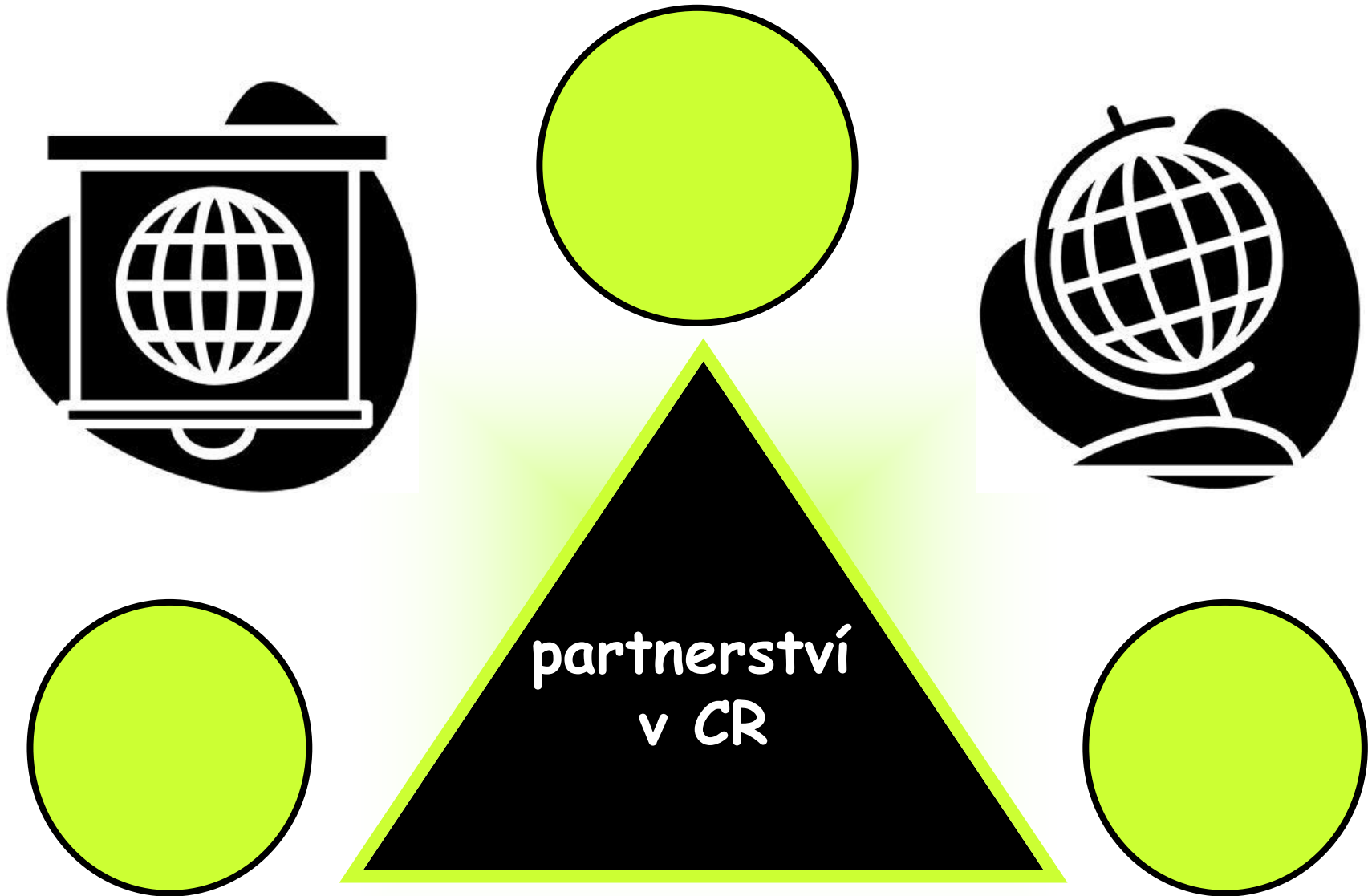


- 1) all-inclusive
- 2) fly and drive
- 3) bed and breakfast
- 4) polopenze
- 5) plná penze

- a) stravování - 2 denní jídla
- b) vše v ceně
- c) stravování - 3 denní jídla
- d) ubytování + letenka + půjčení auta
- e) v ceně ubytování je snídaně

ŘEŠENÍ: 1b 2d 3e 4a 5c

2. Jací partneři by se měli podílet na spolupráci v turistickém regionu?



2. ŘEŠENÍ: Jací partneři by se měli podílet na spolupráci v turistickém regionu?



podnikatelé
v CR



veřejná
správa

partnerství
v CR

občané

3. Uved'te, o jaký druh kooperace v cestovním ruchu se jedná?

1.	(vytváří úspory z rozsahu) - např. společné financování projektů
2.	(vytváří úspory z dosahu) - např. společná kuchyně nebo prádelna pro několik ubytovacích zařízení
3.	(efekty aglomerace) - např. hlavní atrakce destinace
4.	(konkurenční výhody, přístup na trhy) - např. partnerství v oblasti technologií

3. ŘEŠENÍ: Uved'te, o jaký druh kooperace v cestovním ruchu se jedná?

1. Horizontální kooperace	(vytváří úspory z rozsahu) - např. společné financování projektů
2. Vertikální kooperace	(vytváří úspory z dosahu) - např. společná kuchyně nebo prádelna pro několik ubytovacích zařízení
3. Prostorová koncentrace	(efekty aglomerace) - např. hlavní atrakce destinace
4. Laterální kooperace	(konkurenční výhody, přístup na trhy) - např. partnerství v oblasti technologií

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

- a) Packaging je konkrétní sestavení vzájemně se nedoplňujících služeb do nabídky za různé ceny. (...)
- b) Pakety stimulují poptávky a nárůst prodeje v mezisezóně a tím eliminují vlivy sezónnosti a módnosti. (...)
- c) Mezi výhody tvorby paketů patří kooperace pouze komerčních subjektů CR. (...)
- d) Programování spočívá ve vytváření vzájemně navazující nabídky služeb a atraktivit CR, které vytvářejí výsledný produkt CR. (...)
- e) Cílem spolupráce v CR je vytváření asynergického efektu. (...)

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

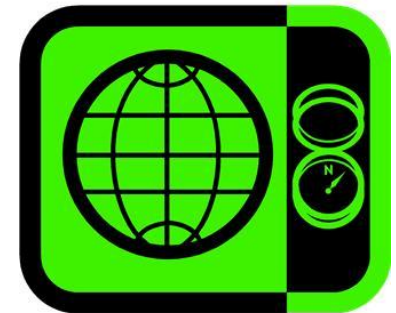
- a) Packaging je konkrétní sestavení vzájemně se nedoplňujících služeb do nabídky za různé ceny. (NE)
- b) Pakety stimulují poptávky a nárůst prodeje v mezisezóně a tím eliminují vlivy sezónnosti a módnosti. (ANO)
- c) Mezi výhody tvorby paketů patří kooperace pouze komerčních subjektů CR. (NE)
- d) Programování spočívá ve vytváření vzájemně navazující nabídky služeb a atraktivit CR, které vytvářejí výsledný produkt CR. (ANO)
- e) Cílem spolupráce v CR je vytváření asynergického efektu. (NE)

5. Vytvořte vlastní balíček (paket) pro účastníky cestovního ruchu:

Vytvořte návrh letáku zvoleného balíčku cestovního ruchu (název paketu, obsah služeb, celková cena,...)

Alternativy paketů:

- a) konferenční a incentivní balíčky*
- b) balíčky příležitostí*
- c) tematické balíčky*
- d) balíčky pro zvláštní segmenty*
- e) ...*



6. Vytvořte a naplánujte program vlastní akce ve vybraném zařízení CR:

Naplánujte:

- Název, místo, doba akce*
- Cílové skupiny a počet účastníků*
- Odpovědné osoby*
- Spolupráce s podniky, organizacemi*
- Přípravné práce*
- Předpokládané náklady a příjmy*
- Závislost na počasí a alternativní nabídku*
- Propagace a sponzoring*



Použité zdroje

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

