

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_SCR_357
Předmět:	Služby cestovního ruchu
Tematický okruh:	Podniky cestovního ruchu
Autor, spoluautor:	Ing. Romana Martínková
Název DUMu:	Nabídka produktu cestovní kanceláře, katalog
Pořadové číslo DUMu:	57
Stručná anotace:	
Prezentace seznamuje žáky s různými druhy nabídky produktů cestovní kanceláře. Součástí materiálu jsou i otázky k zopakování probírané problematiky.	
Ročník:	1., 2. ročník opakování
Obor vzdělání:	65-42-M/02 Cestovní ruch
Metodický pokyn:	Prezentace v MS PowerPoint na podporu výkladu učitele, lze využít i k samostudiu
Výsledky vzdělávání:	Žák vypracuje jednoduchý projekt nabídky produktů cestovního ruchu
Vytvořeno dne:	9. 4. 2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	

**Nabídka produktu
cestovní kanceláře**

Katalog

**Nabídku zájezdů tvoří počet
plánovaných účastnických míst,
které má cestovní kancelář (CK)
k dispozici k uspokojení poptávky**

**Nástrojem komunikace
s potencionálními zákazníky je systém
marketingové komunikace – propagace**

**Propagace má za úkol seznámit
zákazníky s produktem a přesvědčit je
o nákupu**

Propagační mix

Kombinace

Reklamy

Osobního prodeje

Podpory prodeje – prodejní propagace

Vztahů s veřejností – public relations

Interní reklamy – stimulace v místě prodeje

Apod.

Nepřímá propagace

Tištěný katalog zájezdů

Elektronický katalog zájezdů

Propagační letáky na jednotlivé druhy akcí, plakát

Přímá propagace

Direct marketing

Způsob marketingové komunikace, při které se oslovují zákazníci přímým adresním oslovením

Emaily stávajícím klientům

Nabídky poštou, telefonicky

Osobní nabídka – osobní prodej

Další nejčastější možnosti propagace CK

Účast CK na různých výstavách a veletrzích cestovního ruchu

Billgoardy

Reklama v masmédiích - denní tisk, rozhlas, televize, kino

Soutěže

Cenové výhody k podnícení zájmu o nákup

Pro prodejce – studijní cesty

smartwings.com
Levné letenky do 40 destinací!



1850729

BigBoard®

Katalog zájezdů

Seznam zájezdů a pobytů na určité období

Zpracovaný cestovní kanceláří

Cíl – získání potenciálního zákazníka

Tištěná nebo elektronická forma

Formát odvozen podle rozsahu nabídky

Působivé grafické řešení

Důležitá rychlá orientace zákazníka

Obsah katalogu

Obsah a rozsah informací musí splňovat požadavky uvedené v zákoně 159/1999 Sb.

Požadavkům zákona musí vyhovovat i elektronický – virtuální katalog

Modifikace tištěného katalogu ovlivňuje i následnou distribuci produktu

**Kontakty, úvodní slovo – představení
cestovní kanceláře**

**Informace o platnosti nabídky a rozsahu
služeb, pokyny k orientaci v katalogu**

**Všeobecné a záruční podmínky účasti
na zájezdu**

Nabídka zájezdů rozdělená do logických celků podle místa pobytu nebo tematického zaměření – stručná charakteristika nabízených zájezdů

Ceník

Reklamační řád

Případné další informace pro klienty – doporučení spokojených zákazníků, informace k možnostem pojištění klientů apod.

ISO 9001:2009

Amerika

Spojené státy, Kanada

1 NEJLEPŠÍ TOUROPÉRÁTOR PRO AMERIKU
v České republice
dle soutěže TTU Travel Awards
září 2010

100 ČESKÝCH 100 NEJLEPŠÍCH FIREM
occasional pan-empresarial společnost COMENIUS
2005 - 2009

2011

Cestujte s profesionály!



ISO 9001:2009

Jižní Afrika Austrálie

100 ČESKÝCH 100 NEJLEPŠÍCH FIREM
occasional pan-empresarial společnost COMENIUS
2005 - 2009

100 NEJLEPŠÍ CESTOVNÍ KANCELÁŘ
v České republice
dle soutěže TTU Travel Awards
září 2010

2011

Cestujte s profesionály!





Otázky k zopakování problematiky

1. Uveď kombinaci základních nástrojů, které tvoří propagační mix. (Snímek č. 5)
2. Uveď nástroje přímé a nepřímé propagace a další nejčastější možnosti propagace (Č. 6 - 8)
3. Uveď obsah katalogu cestovní kanceláře. (Č. 12 - 14)

Citace

Ján Oriška: Služby v cestovním ruchu, IDEA SERVIS
2010, 1866-086-10, ISBN 978-80-85970-68-5

Miroslav Čertík a kol.: Cestovní ruch, vývoj,
organizace a řízení, Nakladatelství OFF 2001, ISBN
80-238-6275-8, EAN 978-80-238-6275-1