



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



### 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_359
Předmět:	Služby cestovního ruchu
Tematický okruh:	Podniky cestovního ruchu
Autor, spoluautor:	Ing. Romana Martínková
Název DUMu:	Podniky cestovního ruchu – souhrnné opakování 1
Pořadové číslo DUMu:	59
Stručná anotace:	Prezentace je určena k zopakování probírané problematiky – podniky cestovního ruchu
Ročník:	2.
Obor vzdělání:	65-42-M/02 Cestovní ruch
Metodický pokyn:	Prezentace v programu ACTIVINSPIRE – STUDIO na podporu výkladu učitele
Výsledky vzdělávání:	Žák charakterizuje základní pojmy a široké spektrum služeb podniků cestovního ruchu
Vytvořeno dne:	26. 6. 2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	

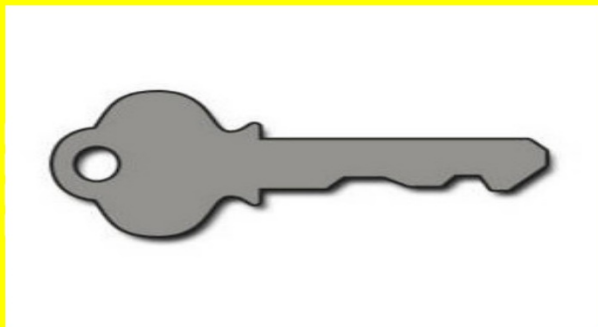


- A** Opakování - destinace
- B** Opakování - marketing podniku CR
- C** Opakování - podnikatelská etika
- D** Opakování - infocentrum
- E** Opakování - směnárný



## Uved' typy destinací podle atraktivit a aktivit

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.



- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.
- 12.



## Najdi nesprávnou odpověď



Pro destinaci je typická vybraná nabídka atraktivit CR

Destinace je cílovou oblastí CR

Destinace je geografický prostor

Významnou roli v návštěvnosti hraje dostupnost destinace

Destinace nepotřebuje management, který by ji řídil

Infrastruktura CR může být motivem pro návštěvu destinace

Destinací nemůže být celá země

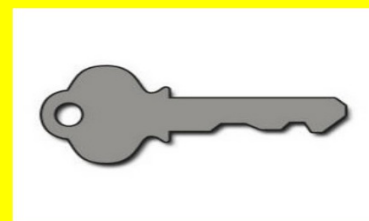
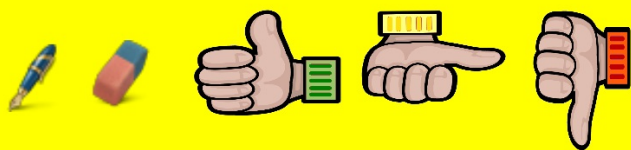
V atraktivní destinaci je vysoká koncentrace návštěvníků



Uved' kombinaci základních nástrojů, které tvoří propagační mix.

- A
- B
- C
- D
- E
- F

Ohodnot' spolužákovu odpověď, špatné  
nebo nepřesné odpovědi oprav



# Charakterizuj pojmy - podnikatelská etika

**Etický kodex**

Základní zásady chování a činností,  
obecné nebo specifické pro daný obor

**Etický kodex CR**

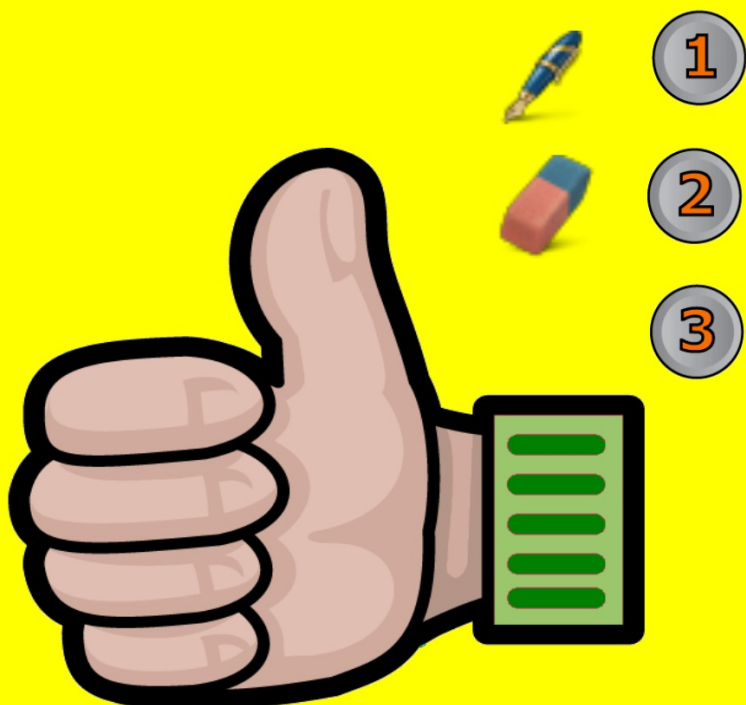
**Řešení**

**Etika**

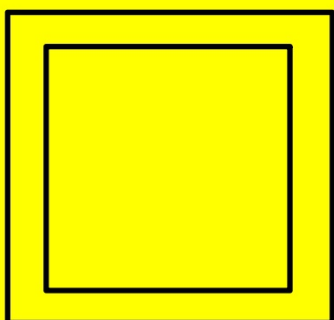
**Řešení**



**Uved' 3 základní funkce a činnosti TIC**



Nakresli nejčastěji používaný znak informačního centra





## Charakterizuj pojem - kurz měny



# Citace:

**Orieška J. : Služby v cestovním ruchu,**

IDEA SERVIS 2010, 1866-086-10, ISBN 978-80-85970-68-5

**Zelenka J., Pásková M.: Cestovní ruch - výkladový slovník,**

Linde Praha 2012, ISBN: 978-80-7201-880-2

**Kunešová E., Farková B.: Technika zahraničních zájezdů,**

IDEA SERVIS 2004, 1866-065-04, ISBN 80-85970-44-9

**Čertík M. a kol.: Cestovní ruch, vývoj, organizace a řízení,**

Nakladatelství OFF 2001, ISBN 80-238-6275-8, EAN 978-80-238-6275-1

■ **Zákon č. 219/1995 Sb., DEVIZOVÝ ZÁKON**

ve znění zákona č. 159/2000 Sb., zákona č. 362/2000 Sb., zákona č. 482/2001 Sb., zákona č.126/2002 Sb., zákona č. 257/2004 Sb. a zákona č. 354/2004 Sb.

[www.smocr.cz/cz/oblasti-cinnosti/cestovni-ruch/eticky-kodex-cestovniho-ruchu.aspx](http://www.smocr.cz/cz/oblasti-cinnosti/cestovni-ruch/eticky-kodex-cestovniho-ruchu.aspx)

[www.eticky-kodex.cz/eticky-kodex-hotelu-a-restauraci-cr/](http://www.eticky-kodex.cz/eticky-kodex-hotelu-a-restauraci-cr/)

[www.eticky-kodex.cz/eticky-kodex-cestovnich-kancelari-a-agentur/](http://www.eticky-kodex.cz/eticky-kodex-cestovnich-kancelari-a-agentur/)

Použité nástroje a obrázky pocházejí z knihoven Activstudia

