



PROFILOVÁ ČÁST MATURITNÍ ZKOUŠKY

Forma: povinná ústní zkouška

Předmět:	HOTELOVÝ PROVOZ MANAGEMENT A MARKETING V HOTELNICTVÍ
Obor vzdělání:	Hotelnictví
Kód oboru:	65-42-M/01
Školní rok:	2011/2012
Třída:	HT4.A, HT4.B

TÉMATA

- a) Druhy ubytovacích zařízení a základní pojmy používané při práci v ubytovacích zařízeních, společná ustanovení pro ubytovací zařízení.
 - b) Marketing – pojem, koncepce historického vývoje marketingu, cíl marketingu
Význam hotelového marketingu, rozdíly mezi marketingem výrobků a marketingem služeb v pohostinství a cestovního ruchu.
- a) Jednotná hotelová klasifikace, organizace ubytovacího střediska.
 - b) Marketingové prostředí – mikroprostředí, makroprostředí
Marketingové řízení – poslání, vize, cíle firmy
Marketingový systém v pohostinství a cestovním ruchu - pět klíčových otázek
- a) Ubytovací řád, přihlašování hostů k pobytu, chování pracovníků v ubytovacích zařízeních.
 - b) Spotřební chování zákazníka – osobní faktory
– mezilidské faktory
- a) Recepční služby v hotelu-check in- check out
 - b) Analýza tržních příležitostí – analýza trhu
– analýza proveditelnosti podnikatelského záměru
– situační analýza; SWOT analýza
- a) Evidence vedená v recepci – provozní a finanční.
 - b) Marketingový výzkum – definice, důvody realizace, požadavky na informace výzkumu
– proces marketingového výzkumu
– metody výzkumu
- a) Ostatní služby v ubytovacích zařízeních – placené a neplacené, směnářská činnost.
 - b) Segmentace trhu - pojem, důvody segmentace, kritéria efektivní segmentace
- charakteristiky rozdělení trhu na segmenty
Marketingové strategie, cílový trh, umístování

7.
 - a) Housekeeping, činností hotelové hospodyně.
 - b) Marketingový plán – definice, obsah, výhody, požadavky na sestavení, realizační plán
 - taktický, strategický

8.
 - a) Vybavení hotelových pokojů, činnost pokojských, etážový servis.
 - b) Marketingový mix – osm „P“
 - charakteristika rozdílů mezi obecnými marketingovými nástroji a marketingovým mixem v pohostinství a cestovním ruchu
 - Product (produkt, výrobek), životní cyklus výrobku
 - People (lidé) - mix výrobek/služba a lidé

9.
 - a) Profesionalita, profil, profit, nové profesní profily v hotelnictví.
 - b) Packaging (sestavování balíků služeb)
 - Programming (programová specifikace packagů)
 - důvody obliby, tvoření, problémy s tvorbou
 - Place (místo) – distribuční mix a obchod, pojem, přímá a nepřímá distribuce

10.
 - a) Ekologické trendy v hotelnictví.
 - b) Promotion (propagace) - marketingová propagace – pojem, cíl, klíčové komponenty marketingového komunikačního procesu, šum, nákupní proces zákazníka

11.
 - a) Zásobování a skladování ve výrobním středisku..
 - b) Reklama – pojem, postup plánování
 - Podpora prodeje – pojem, postup plánování, merchandising (interní reklama)
 - Osobní prodej – pojem, funkce, kategorie
 - Public relations a publicita – definice, úloha, plánování

12.
 - a) Jídelní lístek – nástroj prodeje a řízení. Význam racionální stravy v současnosti.
 - b) Partnership (kooperace) – společné podnikání
 - Pricing (cenová tvorba) – dvojí úloha ceny, cenová tvorba a hodnota peněz
 - proces plánování cen, psychologické vlivy

13.
 - a) Cena v hotelnictví, kalkulace cen pokrmů.
 - b) Management, hotelový management – pojem, cíle
 - Etapy historického vývoje managementu

14.
 - a) Reklamace v hotelnictví, postup při vyřizování stížností hostů.
 - b) Funkce managementu, úkoly
 - Plánování, získávání a výběr pracovníků

15.
 - a) Stravovací služby v hotelu. Využití moderní techniky ve stravovacím zařízení.
 - b) Organizování
 - Kvalifikace, zvyšování kvalifikace, rekvalifikace, kariéra

16.
 - a) Kongresy a symposia, Cateringové služby.
 - b) Vedení, řízení, koordinace
 - Motivace

