



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:	2012/2013
Třída:	HT4A, HT4B

TÉMATA

- a) Druhy ubytovacích zařízení a základní pojmy používané při práci v ubytovacích zařízeních, společná ustanovení pro ubytovací zařízení.
 - b) Marketing hotelnictví – pojem, koncepce historického vývoje marketingu, vývoj a specifikace marketingu hotelnictví
- a) Jednotná hotelová klasifikace, organizace ubytovacího střediska.
 - b) Marketingové prostředí – mikroprostředí, makroprostředí hotelu, SWOT analýza – poslání, vize, cíle hotelu
- a) Ubytovací řád, přihlašování hostů k pobytu, chování pracovníků v ubytovacích zařízeních.
 - b) Spotřební chování zákazníka v pohostinství
 - osobní faktory : potřeby, přání, motivace, vnímání, poznávání, životní styl
 - mezilidské faktory : kultura, sociální skupiny, sociální skupiny, rodina
- a) Recepční služby v hotelu – check in- check out
 - b) Marketingový informační systém hotelu – pojem, struktura
 - vnitřní zdroje informací hotelu
- a) Evidence vedená v recepci – provozní, finanční
 - b) Marketingový výzkum v hotelnictví – pojem, důvody realizace,
 - požadavky na informace výzkumu
 - proces marketingového výzkumu hotelu
 - metody sběru marketingových informací
- a) Ostatní služby v ubytovacích zařízeních – placené, neplacené, směnárenská činnost.
 - b) Trh a cílený marketing v hotelnictví, tržní zacílení, tržní umístění hotelových služeb
 - Segmentace trhu hotelových služeb – pojem, důvody segmentace
 - kritéria efektivní segmentace

7.
 - a) Housekeeping, činností hotelové hospodyně.
 - b) Marketingový plán hotelu – význam marketingového plánu hotelu
– požadavky na sestavení, části dlouhodobého marketingového plánu, výhody
8.
 - a) Vybavení hotelových pokojů, činnost pokojských, etážový servis.
 - b) Marketingový mix v pohostinství – osm „P“
Product (produkt, výrobek, služba), produkt v hotelnictví
životní cyklus výrobku, životní cyklus hotelových služeb, portfolio analýza BCG
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) – přímá a nepřímá distribuce hotelových služeb
- 10
 - a) Ekologické trendy v hotelnictví
 - b) Promotion (propagace) v hotelu
– marketingový komunikační proces , šum,
– nákupní proces zákazníka
11.
 - a) Zásobování a skladování ve výrobním středisku.
 - b) Reklama – cíl, postup plánování
Podpora prodeje – pojem, postup plánování, merchandising (interní reklama)
Osobní prodej – pojem, funkce, kategorie
Public relations a publicita – úloha, prostředky
12.
 - a) Jídelní lístek – nástroj prodeje a řízení. Význam racionální stravy v současnosti.
 - b) Partnership (kooperace) – společné podnikání v hotelnictví
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 – význam
Etapy historického vývoje managementu
14.
 - a) Reklamace v hotelnictví, postup při vyřizování stížností hostů.
 - b) Funkce managementu, úkoly managementu hotelu
Plánování, získávání a výběr pracovníků v hotelnictví
15.
 - a) Stravovací služby v hotelu. Využití moderní techniky ve stravovacím zařízení.
 - b) Organizování pracovníků v hotelnictví
Kvalifikace pracovníků v hotelnictví, zvyšování kvalifikace, rekvalifikace, kariéra
16.
 - a) Kongresy a sympozia, Cateringové služby.
 - b) Motivace a hodnocení zaměstnanců v gastronomii
Kontrola jako součást manažerských aktivit

17.
 - a) Provozní management, front office
 - b) Vedení, řízení, koordinace pracovníků v hotelnictví

18.
 - a) Kontrolní činnost v hotelu, vnitřní kontrola, vnější kontrola.
 - b) Manažer hotelu – jeho osobnost, vlastnosti, manažerské dovednosti, styly řízení – role, pozice

19.
 - a) Zásady provozní a osobní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných – vyhláška č.602/2006 Sb. Systém kritických bodů v gastronomii – HACCP.
 - b) Manažer hotelu, klíčové oblasti práce manažera hotelu (zákazníci, aktiva, personál)

20.
 - a) Vývojové trendy v gastronomii a jejich prosazování v ČR, profil současného zákazníka v gastronomii.
 - b) Výkonnost pracovníků hotelu, efektivnost pracovního týmu hotelu, konflikt

21.
 - a) Komunikace v hotelnictví, význam péče o hosta. Wellness hotely.
 - b) Příjmy, řízení příjmů, tvorba cen v hotelnictví, úroveň poskytovaných služeb

22.
 - a) Hotelové řetězce a jejich význam, Franchising v hotelnictví..
 - b) Produktivita v hotelovém průmyslu, kvalita.

23.
 - a) Povinnosti pracovníků, ochrana hostů a jejich majetku.
 - b) Tvorba organizační struktury hotelu
Top management hotelu

24.
 - a) Druhy ubytovacích zařízení a jejich charakteristika. Interiér, designe a atmosféra hotelu.
 - b) Provozní management hotelu
Začlenění nových profesních profilů, změn v hotelnictví.

25.
 - a) Značka v hotelnictví, Kategorizace hotelových pokojů, pokoje se zvláštním režimem
 - b) Operační management hotelu – úsek stravování, ubytování, technický
Etický kodex v hotelnictví.

Zpracovala : Mgr. Liběna Urbanová
Mgr. Miroslava Kozelská
Mgr. Eva Brodřáková