



Fakulta
tělesné kultury

STÁTNÍ ZÁVĚREČNÁ ZKOUŠKA (magisterská)

| | |
|--------------------------------|------------------------------------------|
| Část státní závěrečné zkoušky: | Aktivní formy cestovního ruchu |
| Vzdělávací oblast: | Tělesná výchova a sport, kinantropologie |
| Studijní program: | Tělesná výchova a sport – Rekreatologie |

Cíl a průběh státní závěrečné zkoušky:

Cílem státní závěrečné zkoušky (SZZ) je prokázat úroveň odborných kompetencí studenta (analýza a syntéza poznatků, řešení problémů, odborná komunikace, celkové odborné vystupování). Smyslem SZZ je zjistit celkový přehled a orientaci studenta v dané problematice v souvislostech, vzájemných vztazích a mezipředmětových vazbách. Pro SZZ není rozhodující znalost konkrétních detailů, nýbrž kontextuální pochopení jednotlivých témat a vzájemných souvislostí.

Dílejší část SZZ **Aktivní formy cestovního ruchu** se skládá z:

- 1)** Dialogu s komisí pro SZZ na vylosovaná témata z části A a B. Okruhy otázek části A a části B jsou koncipovány jako komplementární. Student tedy bude zkoušen vždy z jedné otázky části A, a jedné otázky části B. V hlavní části otázky A a B student prezentuje souhrn teoretických poznatků k dané oblasti, a to především s ohledem na specifika a zaměření dané otázky. Součástí zadání otázky v průběhu SZZ je pouze název okruhu otázky (tučně). Student tedy v průběhu SZZ nemá k dispozici specifikaci obsahu otázky, která je uvedena pod názvem otázky. Ta má sloužit pouze jako vodítko při přípravě na SZZ.
- 2)** Prezentace řešení vylosovaného praktického příkladu/praktické aplikace. Student, s využitím flip chartu (k dispozici jsou papír a fixy), prezentuje návrh postupu řešení vylosovaného praktické aplikace a reaguje na případné otázky ze strany komise. V této části SZZ hodnotí komise nejen odbornou úroveň prezentovaných poznatků, ale i celkovou úroveň komunikace a vystupování studenta.

Doporučení pro práci s odbornou literaturou:

Důležitou součástí SZZ je nejenom prokázání odpovídající práce s uvedenou českou literaturou, ale i posouzení schopnosti studenta samostatně pracovat s aktuálními oborovými informacemi a schopnost kritického myšlení. Úspěšné zvládnutí SZZ předpokládá využívání odborných vědeckých databází (Web of Science, Leisure Tourism, SPORTDiscus aj.), stejně tak jako práci s oborovými časopisy např.: Tourism Management, Annals of Tourism Research, International Journal of Hospitality Management, International Journal of Tourism Research, aj. při přípravě na SZZ.

Část A – Organizace, řízení a marketing cestovního ruchu

1) Územní členění v cestovním ruchu

Vymezení turistických regionů a turistických oblastí v ČR, střediska cestovního ruchu, sdružování obcí.

Praktická aplikace: Prezentujte územní členění a řízení cestovního ruchu na příkladu České republiky.

2) Předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Přírodní a kulturně historické předpoklady infrastruktura cestovního ruchu, hodnocení potenciálu pro rozvoj cestovního ruchu v ČR.

Praktická aplikace: Uveďte přírodní a kulturně-historické a realizační předpoklady u turistického regionu Střední Morava a Jeseníky.

3) Destinace cestovního ruchu

Definice destinace, specifika destinace – 6A, destinační management, destinační agentura – právní formy, způsoby vytváření a financování.

Praktická aplikace: Uveďte příklad řízení cestovního ruchu v turistickém regionu Střední Morava a Jeseníky.

4) Marketingový mix v cestovním ruchu

Marketingový mix v cestovním ruchu.

Praktická aplikace: Uveďte u konkrétní turistické destinace příklad marketingového mixu pro přilákání většího počtu návštěvníků.

5) Marketing destinace cestovního ruchu a podniku cestovního ruchu

Vymezení, rozdíly, specifika, marketingový mix cestovního ruchu, struktura marketingového plánu.

Praktická aplikace: Uveďte postup přípravy marketingového plánu pro konkrétní destinaci.

6) Nové trendy v marketingu cestovního ruchu

Guerilla marketing, virální marketing, event marketing, product/location placement – příklady, rizika.

Praktická aplikace: Jak byste využil/a film/seriál v marketingu města Olomouce? Uveďte konkrétní příklad.

7) Produkt cestovního ruchu jako marketingový nástroj

Vymezení produktů cestovního ruchu, programování, packaging jako součást produktu cestovního ruchu, inovace produktů – příklady.

Praktická aplikace: Navrhněte produkt cestovního ruchu pro cílovou skupinu seniorů z Německa.

8) Tradiční formy marketingové komunikace

Reklama, print, tištění průvodci, film, veletrhy a výstavy, podpora prodeje v cestovním ruchu – uveďte změny a trendy.

Praktická aplikace: Na marketingovém plánu České republiky agentury Czech Tourism prezentujte tradiční marketingové nástroje.

9) Nové formy marketingové komunikace v cestovním ruchu

Internet, sociální média, aplikace, blogy, YOUTUBE, recenze a jejich význam v marketingu.

Praktická aplikace: Jaké nové formy a nástroje marketingové komunikace byste použil/a v komunikaci cestovní kanceláře? Uveďte konkrétní příklad. Jak byste měřil/a účinnost této komunikace?

10) Segmentace trhu v cestovním ruchu

Cílové skupiny, vymezení, kritéria segmentace – podle životního cyklu rodiny, věku, příslušnosti ke generaci generace Y, generace Z, spotřebního chování, problémy segmentace v cestovním ruchu, nové cílové skupiny.

Praktická aplikace: Které segmenty tvoří cílové skupiny pro návštěvu České republiky podle CzechTourismu? Jakým způsobem byste tyto cílové skupiny oslovil/a? Uveďte konkrétní příklady.

Část B – Aktivní formy cestovního ruchu, udržitelný turismus

1) Lázeňské místo a přírodní léčivé zdroje

Charakteristika lázeňství v ČR a jeho význam pro cestovní ruch, lázeňská místa v ČR a jejich indikační zaměření.

Praktická aplikace: Uveďte minimálně 3 příklady lázeňských míst (nejlépe z různých krajů České republiky), charakterizujte tyto lázně podle indikačního seznamu a uveďte hlavní přírodní léčivý zdroj využívaný k léčbě.

2) Lázeňská péče

Legislativa upravující lázeňskou péči – indikační seznam a lázeňský zákon, typy lázeňské péče, segmentace klientely, postup při vyslání do lázní a pobyt v lázních.

Praktická aplikace: Uveďte jednotlivé základní typy lázeňské péče a kritéria, podle kterých můžeme provést segmentaci klientely lázní.

3) Wellness, vztah lázeňství a wellness

Vymezení pojmu, skladba a vývoj wellness, wellness zařízení.

Praktická aplikace: Uveďte jednotlivé typy wellness zařízení a jejich konkrétní příklady v Olomouckém kraji.

4) Udržitelný cestovní ruch

Vysvětlení základních pojmů: Udržitelný cestovní ruch, ekoturismus, agroturismus, alternativní cestovní ruch, geoturismus, komunitní cestovní ruch, dobrovolnický cestovní ruch, slow turismus, společenská odpovědnost, green management, ekologická stopa, uhlíková stopa, fair trade.

Praktická aplikace: Uveďte konkrétní příklady ekoturismu v ČR a v zahraničí.

5) Overtourism

Vysvětlení pojmu, dopady cestovního ruchu, Doxeyho iritační index, efekt turistické pasti, problémy s overtourismem v ČR a v zahraničí, doporučení a úspěšné příklady řešení.

Praktická aplikace: Uveďte příklad řešení problematiky overtourismu na příkladu Vámi vybrané zahraniční destinace.

6) Společensky odpovědný cestovní ruch

Vysvětlení pojmu, společensky odpovědné cestování jednotlivce, kritéria certifikace cestovních kanceláří dle GSTC, mobilita, společenská odpovědnost cestovních kanceláří a dopravních společností v ČR a v zahraničí, komparace.

Praktická aplikace: Uveďte konkrétní příklad společenské odpovědnosti leteckých společností.

7) Udržitelný management destinace

Vysvětlení pojmu, kritéria certifikace destinace a hotelových zařízení dle GSTC, udržitelný management destinace v ČR a v zahraničí, společenská odpovědnost hotelových a stravovacích zařízení.

Praktická aplikace: Uveďte konkrétní příklad udržitelného managementu destinace v České republice.

8) Aktuální nové produkty v nabídce cestovního ruchu

Dobrovolnický CR, agroturistika, event tourism, medical tourism – vymezení, příklady, podnikatelské příležitosti a rizika.

Praktická aplikace: Navrhněte konkrétní produkt pro konkrétní cílovou skupinu v rámci výše uvedených trendů.

9) Sportovní a dobrodružný cestovní ruch

Vymezení, klasifikace, trendy, příklady, podnikatelské příležitosti a rizika.

Praktická aplikace: Navrhněte konkrétní produkt v oblasti sportovního nebo dobrodružného cestovního ruchu pro konkrétní cílovou skupinu.

10) Nové cílové skupiny cestovního ruchu

Senioři, lidé s hendikepem, cílová skupina LOHAS, LGBT, mileniálové – uveďte specifika dané skupiny ohledně volného času, cestování a spotřebitelského chování.

Praktická aplikace: Navrhněte konkrétní produkt cestovního ruchu pro cílovou skupinu mileniálů, který bude respektovat charakteristiky této cílové skupiny.

Doporučená literatura

- Dodds, R., & Butler, R. (Eds.). (2019). *Overtourism: Issues, realities and solutions* (Vol. 1). Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2014). *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks.
- Higham, J., & Hinch, T. (2009). *Sport and tourism: globalization, mobility and identity*. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2016). *Consumer behaviour in tourism* (Third edition). Abingdon: Routledge.
- Inkson, C., & Minnaert, L. (2012). *Tourism management: an introduction*. Los Angeles, Calif.: SAGE.
- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing.
- Kotíková, H., & Schwartzhoffová, E. (2014). *Cestovní ruch a rekreace: organizace, řízení a marketing v destinaci*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Kotíková, H., & Schwartzhoffová, E. (2017). *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for hospitality and tourism* (6th ed.). Harlow: Pearson.
- Marketingový plán Agentury CzechTourism za poslední 3 roky
MICE Handbook. Czechtourism. Dostupné
https://www.isss.cz/archiv/2016/download/kt/mice_handbook_short.pdf
- Morrison, A. M. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*. London: Routledge.
- Pásková, M., & Zelenka, J. (2018). Společensky odpovědný cestovní ruch (Social Responsible Tourism). *IDEA Servis, Prague, Czech Republic*.
- Schwartzhoffová, E. (2016). *Lázeňství a wellness*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Smith, M. K., & Puczko, L. (2009). *Health and wellness tourism*. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Česká republika. (2001). Zákon o přírodních léčivých zdrojích, zdrojích přírodních minerálních vod, přírodních léčebných lázních a lázeňských místech a o změně některých souvisejících zákonů (lázeňský zákon), Zákon č. 164/2001 Sb.
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. (2021). Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021-2030. Retrieved from: <https://mmr.gov.cz/getattachment/2c398529-b36d-470e-9a6f-57aa11f57ad8/strategie-rozvoje->