

Maturitní okruhy – TURISMUS - 2024/2025:

- a) Charakteristika CR.** Definice CR. Vymezení základních pojmů, historie cestování a CR ve světě a v ČR.

b) Přírodní předpoklady CR v ČR. Zhodnocení přírodních podmínek naší země pro CR (povrch, podnebí, vodstvo, rostlinstvo a živočišstvo). Krasové jevy, skalní města a další přírodní atraktivity. Ochrana přírody. Euroregiony.
- a) Předpoklady rozvoje CR.** Obecné předpoklady rozvoje CR, předpoklady rozvoje CR v regionu, překážky rozvoje CR. Udržitelný rozvoj CR.

b) Historický vývoj světa z pohledu atraktivity pro CR. Nejvýznamnější dějinné události z pohledu CR.
- a) Klasifikace CR.** Klasifikace CR, druhy a formy CR.

b) Ekonomika a statistika CR. Základní ukazatele ekonomiky a statistiky turismu.
- a) Služby v CR.** Klasifikace, přehledy a stručná charakteristika.

b) Marketing a marketingové nástroje. Marketingový výzkum. Marketingový mix (4P, 4C). SWOT analýza.
- a) Dopravní služby.** Druhy dopravy. Výhody a nevýhody, materiálně-technická základna, přepravní řády, přepravní tarify, dopravní ceniny, práva a povinnosti dopravce a cestujících.

b) Prvky marketingového mixu – PRODUKT. Produkt – definice, úroveň produktu, životní cyklus výrobku
- a) Ubytovací a stravovací služby v CR.** Klasifikace ubytovacích a stravovacích zařízení v ČR.

b) Prvky marketingového mixu-CENA. Cena – typy cen, metody stanovení ceny výrobku.
- a) Průvodcovské služby.** Osobnost průvodce, možnosti výkonu průvodcovské činnosti v ČR, kategorie průvodců. Styl práce průvodce průvodce, spolupráce průvodce s CK.

b) Prvky marketingového mixu – DISTRIBUCE. Distribuce – přímá a nepřímá distribuce. Marketingoví zprostředkovatelé a prostředníci. Velkoobchod a maloobchod.
- a) Příprava průvodce CR na zájezd (pobyt) a jeho pracovní agenda.** Zpracování informačního minima, topografická, psychologická a chronologická příprava, příprava slovního projevu.

b) Prvky marketingového mixu – PROPAGACE. Propagace – formy propagace, komunikační mix.
- a) Průvodcovské služby.** Povinnosti průvodce během zájezdu, mimořádné události a jejich řešení. Odměňování průvodců. Asociace průvodců ČR.

b) Kulturně-historické předpoklady CR v ČR. Stručná historie naší země. Kategorie kulturně-historických atraktivit naší země.
- a) Peněžní služby a směnárenské služby v CR.** Hotovostní a bezhotovostní platební styk, směnárenská místa a jejich činnost.

b) Dějiny kultury. Přehled uměleckých směrů a jejich typických znaků v kontextu vývoje lidstva.
- a) Informace v CR.** Význam informací v CR, jejich druhy. Informační technologie v CR, rezervační systémy. Činnost TIC, jejich kategorizace a náplň činnosti dle A.T.I.C. ČR.

b) Dějiny kultury. Starověké a novověké divy světa.
- a) Celní, pasové a vízové služby v CR.** Práva a povinnosti turistů v rámci EU a při cestách mimo EU – současná právní úprava.

b) Památky UNESCO. UNESCO jako organizace OSN a její přínos pro ochranu přírodního a kulturního dědictví lidstva. Přehled zápisů na seznamu UNESCO v ČR a ve světě.
- a) Pojišťovací služby při cestách do zahraničí.** Základní druhy pojištění, jejich sjednávání a metodika řešení pojistných událostí. Povinná a nepovinná pojištění v ČR.

b) Hradý a zámky v ČR. Definice hradu (zámku) v historických souvislostech. Přehled hradů a zámků v ČR, místopis těch nejnavštěvovanějších.
- a) Zdravotní služby při cestách do zahraničí.** Rozdělení světa z hlediska zdravotních rizik a základní doporučení při cestách do zahraničí.

b) Management. Úloha a význam managementu. Organizační struktura firmy.
- a) Základní formy CR.** Rekreční CR, kulturně-poznávací CR, přírodní a venkovský CR, vzdělávací CR.

b) Rajonizace v CR. DCR v ČR. Specifika CR v jednotlivých turistických regionech.
- a) Specifické formy v CR.** CR dětí a mládeže, seniorský CR, dobrodružný CR, náboženský CR, lovecká turistika.

b) Praha jako nejvýznamnější turistické středisko ČR. Přírodní, historické a ekonomické předpoklady pro CR.
- a) Specifické formy CR.** Animace v CR. Incentivní CR. Darktourism. Gastronomický CR. Geocaching. Ekoturistika a agroturistika.

b) Střední Čechy jako turistický region. Nejvýznamnější turistické atraktivity kraje.
- a) Eventy v CR.** Klasifikace eventů, druhy eventů.

b) Turistický region Krkonoše a Podkrkonoší. Charakteristika oblasti, převládající formy CR, nejvýznamnější atraktivity
- a) Lázeňský CR.** Historický vývoj lázeňství v Evropě a v ČR. Význam lázeňství, přírodní léčivé zdroje a další léčebné prostředky. Formy a organizace lázeňského pobytu. Lázeňský místopis.

- b) Turistický region Český ráj.** Geopark Unesco. Charakteristika oblasti, převládající formy CR, nejvýznamnější atraktivita regionu.
20. **a) Církevní památky a poutní místa v ČR.** Historická fakta, přehled nejzajímavějších míst v ČR, poutní turistika. Českými turisty nejvíce navštěvovaná poutní místa Evropy a světa.
b) Turistický region Jižní Čechy. Nejvýznamnější památky a místa v regionu.
21. **a) Kongresový CR.** Charakteristika, členění kongresových akcí, charakteristika jednotlivých služeb. Organizování kongresových akcí. Místopis kongresového CR v ČR a ve světě.
b) Turistické regiony Západočeské lázně, Plzeňsko a Český les. Charakteristika oblasti, převládající formy CR, nejvýznamnější atraktivita kraje.
22. **a) Právní úprava CR a management CR.** Právní normy týkající se poskytování služeb v CR, rozbor zák. č. 159/1999 Sb.
b) Turistický region Vysočina. Charakteristika oblasti, převládající formy CR, památky UNESCO.
23. **a) Postavení a činnost CK.** Živnostenské podmínky pro provozovatele CK, vývoj CK ve světě a u nás. Klasifikace CK. Služby poskytované CK. Produkt CK – tvorba, kalkulace ceny, nabídka a prodej.
b) Turistický region Střední Morava a Jeseníky. Předpoklady pro CR. Atraktivita kraje. Olomouc jako hlavní středisko oblasti.
24. **a) Postavení a činnost cestovních agentur.** Živnostenské podmínky pro provozovatele CA. Služby poskytované CA. Spolupráce s CK – technika prodeje zájezdů.
b) Turistické regiony Jižní a Východní Morava. Nejvýznamnější turistické atraktivita obou regionů, kulturní tradice, folklor.
25. **a) Marketing a management CR.** Postavení CR v rámci světového i českého hospodářství. systém řízení ČR ve světě a v ČR. Trh CR. Produkt CR. Rozšířený marketingový mix v CR.
b) Turistický region Severní Morava a Slezsko. Charakteristika oblasti, převládající formy CR, nejvýznamnější atraktivita kraje.