

Obsah

O autorech	9
Úvod	11
1 Právní aspekty činnosti cestovních kanceláří a agentur	13
1.1 Cestovní kanceláře a agentury, zájezdová činnost	13
1.1.1 Základní pojmy	13
1.1.2 Historický vývoj cestovních kanceláří a agentur	14
1.2 Legislativní rámec pro podnikání cestovních kanceláří a agentur	16
1.2.1 Legislativní úprava podnikání	16
1.2.2 Legislativní úprava činnosti cestovních kanceláří a agentur v EU	20
1.2.3 Legislativní úprava činnosti cestovních kanceláří a agentur v ČR	25
1.3 Legislativní úprava vztahů cestovních kanceláří a agentur vůči spotřebitelům	28
1.3.1 Občanský zákoník	28
1.3.2 Zákon na ochranu spotřebitele	32
1.3.3 Zákon o ochraně osobních údajů	33
1.3.4 Informační povinnosti cestovní kanceláře/agentury vůči cestujícím při dopravě	34
1.4 Sdružení cestovních kanceláří a agentur	35
1.4.1 Úloha podnikatelských sdružení	35
1.4.2 Sdružení CK a CA ve světě	36
1.4.3 Sdružení cestovních kanceláří a agentur v České republice	36
1.5 Shrnutí a úkoly	37
2 Management cestovní kanceláře a agentury – funkční přístup	39
2.1 Management cestovní kanceláře a agentury – teoretická východiska	39
2.1.1 Systém managementu	39
2.1.2 Management a podnikání	40
2.1.3 Manažerské procesy – funkční a procesní přístup	41
2.1.4 Funkční přístup k managementu a obsah managementu	42
2.1.5 Baťova soustava řízení	44
2.1.6 Specifika managementu v cestovní kanceláři a agentuře	46
2.2 Plánování v cestovní kanceláři a agentuře	47
2.2.1 Prostředí managementu – situační analýza	47
2.2.2 Plánování – východiska, dokumenty, metody	54
2.3 Organizování v cestovní kanceláři a agentuře	73
2.3.1 Organizování a organizace	73
2.3.2 Struktura a organizace v cestovní kanceláři (agentuře)	75
2.4 Informace a komunikace	85
2.4.1 Informace a znalosti – znalostní management	85

2.4.2	Marketingový výzkum v cestovní kanceláři a agentuře	89
2.4.3	Komunikace a komunikace	93
2.5	Management lidských zdrojů	96
2.5.1	Management lidských zdrojů v cestovní kanceláři (agentuře)	96
2.5.2	Vedení a vůdcovství — nový trend managementu	102
2.6	Rozhodovací problémy a procesy — nejistota a riziko	103
2.6.1	Rozhodovací proces a informační potřeby manažerů	103
2.6.2	Metody rozhodování v cestovní kanceláři (agentuře)	104
2.7	Organizační (firemní) kultura	106
2.7.1	Firemní kultura	106
2.7.2	Identita firmy	109
2.8	Kontrolní činnosti v cestovní kanceláři a agentuře	111
2.8.1	Vnitřní kontrola	112
2.8.2	Vnější kontrola státními orgány	113
2.9	Shrnutí a úkoly	115
3	Management cestovní kanceláře a agentury — procesní přístup	121
3.1	Procesní řízení — teoretická východiska	121
3.1.1	Proces a procesní řízení	121
3.1.2	Posun paradigmatu — management změny	122
3.1.3	Procesní řízení v cestovní kanceláři a agentuře	122
3.2	Procesní řízení v cestovní kanceláři	123
3.2.1	Procesy v cestovní kanceláři a mapa procesů	124
3.2.2	Tvorba produktu	130
3.2.3	Cenová politika a kalkulace ceny	139
3.2.4	Distribuční politika a rezervační systém	153
3.2.5	Komunikační strategie a strategie značky	160
3.2.6	Management kvality a udržitelnost	172
3.2.7	Cestovní kanceláře a letecké společnosti	176
3.3	Procesní řízení v cestovní agentuře	181
3.4	Shrnutí a úkoly	183
4	Podnikatelský plán (business plán, projekt)	187
4.1	Co je smyslem podnikatelského plánu?	187
4.2	Jaké informace uvádět do podnikatelského plánu?	187
4.2.1	Obsah rychlého podnikatelského plánu	187
4.2.2	Podnikatelský plán přináší odpovědi na tyto otázky	188
4.2.3	Několik praktických rad pro tvorbu podnikatelského plánu	188
4.2.4	Nejčastější chyby v podnikatelském plánu	188
4.2.5	Jak reagovat na kritiku při prezentaci plánu?	189

4.3	Případová studie: Podnikatelský plán – CK TWIGA	190
4.3.1	Stručné shrnutí	190
4.3.2	Popis projektu	191
4.3.3	Analýzy	194
4.3.4	SWOT analýza	196
4.3.5	Návrhová část	196
4.3.6	Finance pro rok 2012	197
4.3.7	Analýza rizik	204
4.4	Shrnutí a úkoly	205
Závěr	206
Shrnutí/Summary	207
Příloha 1	Abonentní smlouva	209
Příloha 2	Smlouva o obchodním zastoupení	213