

O B S A H

1.	ÚVOD	9
2.	MODERNÍ MARKETING.....	11
2.1	Pojetí a vymezení marketingu	11
2.2	Pilíře marketingu	14
2.2.1	Marketingová komunikace	14
2.2.2	Marketingová strategie	15
2.2.3	Segmentace trhu	16
2.2.4	Marketingové nástroje	19
2.2.5	Marketingový mix	19
2.3	Role faktorů času	20
2.4	Změny marketingu a managementu ve světě dynamických a globálních změn 22	
2.5	Shrnutí	27
2.6	Kontrolní otázky a úkoly	28
3.	MARKETINGOVÝ VÝZKUM	29
3.1	Metody marketingového výzkumu	29
3.1.1	Primární marketingový výzkum	29
3.1.2	Sekundární marketingový výzkum	34
3.2	Typické cíle marketingového výzkumu v cestovním ruchu	34
3.3	Ukázky modelových závěrů z marketingového výzkumu	36
3.4	Shrnutí	38
3.5	Kontrolní otázky a úkoly:	39
4.	MARKETINGOVÉ PLÁNOVÁNÍ.....	41
4.1	Plánování v marketing managementu	41
4.2	Nástroje marketingového plánování	43
4.3	Marketingová situační analýza	43
4.4	SWOT analýza	45
4.5	Shrnutí a závěry	50
4.6	Kontrolní otázky a úkoly:	50
5.	MARKETINGOVÁ STRATEGIE	53
5.1	Strategické volby	54
5.2	Typické součásti marketingových strategií v cestovním ruchu	56
5.3	Problémy uplatňování marketingových strategií v cestovním ruchu	57
5.4	Yield management	58
5.4.1	Pojetí a vymezení	58
5.4.2	Specifické problémy YM v hotelnictví	61
5.5	Shrnutí	62
5.6	Kontrolní otázky a úkoly	63
6.	TRH CESTOVNÍHO RUCHU.....	65

6.1	Základní charakteristika cestovního ruchu a jeho pozice ve světovém hospodářství.....	65
6.2	Trh v cestovním ruchu.....	66
6.3	Základní charakteristiky celosvětového trhu cestovního ruchu	68
6.4	Trendy trhu cestovního ruchu – celosvětové.....	69
6.5	Trendy trhu cestovního ruchu – Evropa.....	72
6.6	Shrnutí.....	74
6.7	Kontrolní otázky a úkoly.....	74
7.	SPECIFIKA MARKETINGU CESTOVNÍHO RUCHU	77
7.1	Cestující a proces volby	77
7.2	Specifika produktu cestovního ruchu.....	77
7.3	Změny v marketingu cestovního ruchu v EU pod vlivem vnějších faktorů...80	
7.3.1	Politické faktory.....	80
7.3.2	Ekonomické faktory.....	81
7.3.3	Sociální faktory.....	81
7.3.4	Technologické faktory	82
7.3.5	Dopady uvedených faktorů na marketing cestovního ruchu v Evropě 83	
7.4	Vlivy ICT na marketing cestovního ruchu	84
7.5	Shrnutí.....	85
7.6	Kontrolní otázky a úkoly.....	86
8.	PRODUKT.....	87
8.1	Produkt.....	87
8.2	Produkt v cestovním ruchu.....	88
8.3	Shrnutí.....	91
8.4	Kontrolní otázky a úkoly.....	92
9.	CENA.....	93
9.1	Funkce ceny	93
9.2	Aspekty ceny v cestovním ruchu.....	94
9.3	Využití manipulace s cenou	94
9.4	Shrnutí.....	96
9.5	Kontrolní otázky a úkoly.....	96
10.	DISTRIBUCE.....	97
10.1	Přehled způsobů distribuce.....	97
10.2	Globální distribuční systémy.....	98
10.3	CRS	103
10.4	Elektronický obchod	104
10.5	Shrnutí.....	105
10.6	Kontrolní otázky a úkoly.....	105
11.	PROPAGACE V CESTOVNÍM RUCHU.....	107
11.1	Reklama.....	107
11.2	Public relations.....	109
11.3	Podpora prodeje	109

11.4	Vybrané ukázky způsobů propagace v cestovním ruchu	109
11.5	Shrnutí	114
11.6	Kontrolní otázky a úkoly	114
12.	PROGRAMOVÁNÍ A VYTVÁŘENÍ PACKAGE.....	115
12.1	Programování jako marketingový nástroj	115
12.2	Vytváření package	117
12.3	Shrnutí	117
12.4	Kontrolní otázky a úkoly	118
13.	SPOLUPRÁCE.....	119
13.1	Spolupráce jako marketingový nástroj	119
13.2	Shrnutí	121
13.3	Kontrolní otázky a úkoly	121
14.	INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ TECHNOLOGIE	123
14.1	ICT v cestovním ruchu	123
14.2	Shrnutí	124
14.3	Kontrolní otázky a úkoly	124
15.	SOCIÁLNÍ SÍTĚ.....	125
15.1	Účel a druhy sociálních sítí	125
15.2	Sociální síť a marketing turismu	128
15.3	Závěr	130
15.4	Kontrolní otázky a úkoly	131
16.	APLIKACE MARKETINGU V CESTOVNÍM RUCHU	133
16.1	Lodní doprava – okružní plavby	133
16.1.1	Základní charakteristika odvětví	133
16.1.2	Okružní plavby	133
16.1.3	Marketing	134
16.1.4	Produkt	138
16.1.5	Hodnocení kvality služeb	139
16.1.6	Propagace na webu	141
16.1.7	Shrnutí	145
16.1.8	Kontrolní otázky a úkoly	145
16.2	Marketing ubytovacích služeb	146
16.2.1	Charakteristika trhu ubytovacích služeb	146
16.2.2	Marketing hotelových řetězců	147
16.2.3	Shrnutí	149
16.2.4	Kontrolní otázky a úkoly	152
16.3	Marketing leteckých společností	154
16.3.1	Produkt v letecké dopravě	154
16.3.2	Trh letecké dopravy a jeho trendy	154
16.3.3	Marketing	155
16.3.4	Programy frequent flyer	157
16.3.5	Shrnutí	161

16.3.6	Kontrolní otázky a úkoly.....	161
16.4	Marketing atraktivit.....	164
16.4.1	Pojetí a vymezení pojmů.....	164
16.4.2	Charakteristika trhu atraktivit	167
16.4.3	Cenová politika	168
16.4.4	Propagace.....	168
16.4.5	Shrnutí.....	171
16.4.6	Kontrolní otázky a úkoly.....	171
16.5	Marketing destinací.....	172
16.5.1	Cíle marketingu destinací.....	172
16.5.2	Problémy a přístupy marketingu destinací	174
16.5.3	Shrnutí a závěry	180
16.5.4	Kontrolní otázky a úkoly.....	180
16.6	Marketing cestovních kanceláří a touroperatorů	181
16.6.1	Produkt cestovních kanceláří a touroperatorů.....	181
16.6.2	Přístupy cestovních kanceláří, cestovních agentur a touroperatorů v marketingu.....	182
16.6.3	Hledání a dosahování konkurenční výhody	184
16.6.4	Shrnutí.....	191
16.6.5	Kontrolní otázky a úkoly.....	191
16.7	Marketing na Internetu	191
16.7.1	Charakteristika a trendy	192
16.7.2	Výhody služby WWW	194
16.7.3	Výhody marketingu na Internetu/webu.....	195
16.7.4	Současný marketing cestovního ruchu na Internetu.....	196
16.7.5		196
16.7.6	Realizace marketingového mixu na WWW	197
16.7.7	Výzkum marketingu na Internetu.....	198
16.7.8	Shrnutí.....	198
16.7.9	Kontrolní otázky a úkoly.....	199
16.8	Marketing dlouhodobě udržitelného rozvoje cestovního ruchu	199
16.8.1	Dlouhodobě („trvale“) udržitelný rozvoj	200
16.8.2	Dlouhodobě („trvale“) udržitelný cestovní ruch	201
16.8.3	Cíle marketingu podporujícího udržitelný rozvoj cestovního ruchu.....	201
16.8.4	Cílové skupiny marketingu udržitelného rozvoje cestovního ruchu.....	202
16.8.5	Aktivity a nástroje marketingu udržitelného rozvoje cestovního ruchu 203	
16.8.6	Shrnutí.....	207
16.8.7	Kontrolní otázky a úkoly.....	207
17.	SHRUTÍ.....	209
17.1	Kontrolní otázky a úkoly.....	209
18.	VÝKLADOVÝ SLOVNÍK	211
19.	ZDROJE INFORMACÍ – CELKOVÝ PŘEHLED	227
	RECENZE.....	235

Přehled případových studií

Případová studie 1 Výzkum obsahu marketingové komunikace.....	15
Případová studie 2 Kritéria kvality katalogů CK.....	15
Případová studie 3 Jednofaktorová psychografická segmentace účastníků cestovního ruchu	17
Případová studie 4 Segmentace návštěvníků aktéry cestovního ruchu v destinaci	18
Případová studie 5 Faktory ovlivňující spokojenost účastníků cestovního ruchu	18
Případová studie 6 Analýza a předpověď poptávky	25
Případová studie 7 Strukturální model dovolené.....	25
Případová studie 8 Modelování poptávky po vesmírném turismu	26
Případová studie 9 Využití modelování při posuzování konkurenceschopnosti destinace.....	26
Případová studie 10 Využití analýzy obsahu fotografií.....	31
Případová studie 11 Dvoufázový online srovnávací výzkum nových a vracejících se návštěvníků	31
Případová studie 12 Výzkum s využitím fotografií destinací.....	32
Případová studie 13 Marketingový výzkum environmentálního kontextu	32
Případová studie 14 Konkrétní výstupy primárního marketingového výzkumu	37
Případová studie 15 Marketingová situační analýza cestovní kanceláře	44
Případová studie 16 Využití kognitivních přístupů v marketingu cestovního ruchu jako příležitost	48
Případová studie 17 ICT v marketingovém výzkumu	85
Případová studie 18 Model pro hodnotu značky destinace a pozice značky	87
Případová studie 19 Regionální informační a monitorovací systém	120
Případová studie 20 YouTube	126
Případová studie 21 Cestovatelský server Travellerspoint.....	127
Případová studie 22 Ukládání, editace, správa a sdílení fotografií.....	128
Případová studie 23 Sociální sítě ve virtuálních světech.....	128
Případová studie 24 Model motivace a fungování virtuálních komunit.....	128
Případová studie 25 Vliv online doporučení na proces rozhodování	129
Případová studie 26 Analýza vlivu online sdílení videí na budoucí zážitek návštěvníka	130
Případová studie 27 Porovnání služeb na okružních plavbách s dalšími službami cestovního ruchu	139
Případová studie 28 Program pro časté zákazníky společnosti Orient Lines	140
Případová studie 29 Program ochrany cestujících Carnival Cruise Lines.....	140
Případová studie 30 Prezentace lodí okružních plaveb	143
Případová studie 31 Marketing atraktivit	168
Případová studie 32 Jazyk vysílající destinace v marketingu destinace.....	173
Případová studie 33 Způsob volby destinace	176
Případová studie 34 Marketingová strategie destinace město Svitavy	176
Případová studie 35 Lázně Bělohrad.....	178
Případová studie 36 Exteriér cestovních kanceláří.....	188
Případová studie 37 Marketing zaměřený na změnu chování návštěvníků	202