

OBSAH

1. Cestovní ruch – jeho druhy, formy a význam	5
2. Venkovský cestovní ruch	11
3. Podnikání ve venkovském cestovním ruchu.....	14
3.1 <i>Rozbor základních pojmů</i>	<i>14</i>
3.2 <i>Podnikání v cestovním ruchu.....</i>	<i>16</i>
4. Podnikatelský projekt.....	23
5. Formy podpory cestovního ruchu v ČR.....	38
5.1 <i>Program rozvoje venkova České republiky 2007-2013.....</i>	<i>38</i>
5.2 <i>Operační programy</i>	<i>41</i>
5.3 <i>Operační programy Přeshraniční spolupráce</i>	<i>42</i>
5.4 <i>Program podpory rozvoje venkovského cestovního ruchu v Plzeňském kraji</i>	<i>42</i>
6. Informační centra a jejich role v cestovním ruchu.....	46
7. Tvorba a využití venkovských ubytovacích kapacit	54
8. Webové stránky a propagace venkovského cestovního ruchu na internetu	61
9. Marketing cestovního ruchu.....	72
9.1 <i>Začínáme definicí aneb Trocha historie nikoho nezabije.....</i>	<i>72</i>
9.2 <i>Marketing cestovního ruchu v kostce.....</i>	<i>74</i>
9.3 <i>Propagace a propagační mix v cestovním ruchu.....</i>	<i>74</i>
9.4 <i>Současné světové trendy v cestovním ruchu.....</i>	<i>76</i>
10. Vytvoření nabídky cestovního ruchu.....	82
10.1 <i>Základní údaje o projektu, o zadavateli a partnerech projektu</i>	<i>82</i>
10.2 <i>Popis podstaty projektu a jeho etap (fází)</i>	<i>83</i>
10.3 <i>Management projektu a jeho zkušenosti.....</i>	<i>88</i>
10.4 <i>Analýza trhu a odhad poptávky, marketingová strategie, marketingový mix</i>	<i>96</i>
10.5 <i>Technické řešení projekt, použité technologie</i>	<i>101</i>

10.6 Podrobná specifikace majetku	109
10.7 Rozpočet projektu, finanční plán a analýza projektu	111
10.8 Hodnocení efektivity a udržitelnosti.....	116
10.9 Harmonogram projektu	116
10.10 Maticice rizik.....	118
10.11 Podrobné závěrečné hodnocení projektu.....	120
Přílohy	121
<i>Příloha č. 1 Soustava strategických a programových dokumentů pro podporu regionálního rozvoje České republiky</i>	<i>122</i>
<i>Příloha č. 2 Metody hodnocení investic</i>	<i>123</i>
<i>Příloha č. 3 Základní statistiky ubytovacích zařízení ČR x Plzeňský kraj.....</i>	<i>128</i>
<i>Příloha č. 4 Vnímání České republiky z pohledu evropských návštěvníků a jejich cestovatelské zvyklosti</i>	<i>131</i>
<i>Příloha č. 5 Situační zpráva o trhu z destinace Nizozemí v r. 2010</i>	<i>133</i>
<i>Příloha č. 6 Profil italského turistu</i>	<i>135</i>
<i>Příloha č. 7 Kdy má použití tisku v reklamě smysl?.....</i>	<i>137</i>
Použitá literatura.....	139