

## Obsah

ÚVODEM.....	5
RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNÍ OPORY.....	7
1 MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU .....	8
1.1 Trh cestovního ruchu.....	8
1.2 Marketing cestovního ruchu.....	11
1.3 Marketingový systém cestovního ruchu.....	14
1.4 Strategický marketing .....	15
1.5 Marketingové zásady v cestovním ruchu .....	26
1. Zajištění konkurenční výhody USP (Unique Selling Proposition).....	26
2. Aktivní využití tržních příležitostí.....	26
3. Koncentrované použití sil.....	27
4. Segmentace trhu .....	27
2 MARKETINGOVÝ VÝZKUM V CESTOVNÍM RUCHU .....	32
2.1 Analytické metody zpracování informací .....	39
2.2 Marketingový informační systém - MIS .....	43
3 MARKETINGOVÝ MIX CESTOVNÍHO RUCHU.....	47
3.1 Základní charakteristika produktu.....	49
3.1.1 Služba jako produkt cestovního ruchu .....	51
3.1.2 Třídění služeb cestovního ruchu .....	53
3.1.3 Vývoj nových služeb.....	55
3.1.4 Význam značky a image v cestovním ruchu.....	59
3.2 Materiální prostředí a jeho vliv na kvalitu služeb .....	64
3.3 Cena.....	65
3.3.1 Cenová strategie.....	68
3.3.2 Taktika tvorby cen .....	69
3.3.3 Cenová politika .....	71
3.4 Distribuční cesty.....	74
3.5 Tvorba balíčků a programování .....	81
3.6 Lidé jako další prvek marketingového mixu.....	86
3.7 Partnerství.....	88
4 KOMUNIKAČNÍ MIX V CESTOVNÍM RUCHU .....	92

4.1	Nástroje komunikačního mixu .....	96
4.1.1	reklama.....	96
4.1.2	Osobní prodej.....	103
4.1.3	Podpora prodeje .....	104
4.1.4	public relations.....	108
4.1.5	Přímý marketing.....	111
4.1.6	Online marketing .....	112
4.1.7	www stránky .....	117
5	MARKETING UDÁLOSTÍ A MARKETING DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU.....	127
5.1	Marketing událostí (Event marketing) .....	127
5.2	Destinační marketing.....	135
6	PROCESY VE SLUŽBÁCH A KVALITA V CESTOVNÍM RUCHU .....	145
6.1	Procesy ve službách .....	146
6.2	Hodnota služby.....	154
6.3	Kvalita služeb v cestovním ruchu .....	155
	LITERATURA .....	159
	SHRNUTÍ STUDIJNÍ OPORY .....	164
	PŘEHLED DOSTUPNÝCH IKON.....	166