

Obsah

ÚVODEM	6
RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNÍ OPORY	8
1 ÚVOD DO DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU	9
1.1 Turismus nebo cestovní ruch	10
1.2 Základní členění cestovního ruchu	10
1.3 Co působí na cestovní ruch?	11
1.4 Mezinárodní organizace cestovního ruchu	12
1.5 Asociace a sdružení cestovního ruchu v ČR	13
1.6 Vymezení pojmu turistická destinace	15
1.7 Různé definice destinace cestovního ruchu	18
1.8 Úloha partnerství v turistické destinaci	18
2 ORGANIZACE A ŘÍZENÍ DESTINACE	23
2.1 Management destinace v současných podmínkách	24
2.2 Řízení destinace, jako nástroj strategie rozvoje	24
2.3 Organizace cestovního ruchu v turistické destinaci	26
2.4 Organizace cestovního ruchu v zahraničí	27
2.5 Organizace cestovního ruchu v Česku	28
3 MANAGEMENT A MARKETING DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU	31
3.1 Metody řízení destinací	31
3.2 Stakeholders a jejich kompetence	34
3.3 Marketing výrobků a marketing služeb	36
3.4 Rozšířený marketingový mix ve službách	40
3.5 Marketingový mix v destinaci cestovního ruchu	43
3.6 Formy marketingové komunikace v destinaci	49
3.7 Atraktivita turistické destinace a genius loci	51
4 STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU	54
4.1 Základní principy strategického plánování	54
4.2 Regionální plánování cestovního ruchu	55
4.3 Metodika tvorby strategického plánu	56
4.4 Koncepce státní politiky CR v ČR na léta 2014 až 2020	57
5 INFORMAČNÍ SYSTÉMY V CESTOVNÍHO RUCHU	62

5.1	Informace v cestovního ruchu	62
5.2	Požadavky na informace a typologie uživatelů	64
5.3	Současné trendy v informačních a komunikačních technologiích	65
5.4	Globální distribuční systémy (GDS)	67
5.5	Turistické informační systémy	68
6	TEORIE REGIONŮ A REGIONY V ČESKÉ REPUBLICE	71
6.1	Koncepce a struktura regionu	71
	Hranice a řád regionů	72
6.2	Regionalizace a globalizace	72
6.3	Samospráva	73
6.4	Organizace veřejné správy v České republice	74
6.5	Regionální struktura	75
6.6	Turistické regiony a oblasti v České republice, vztah ke krajům	76
7	REGIONÁLNÍ STATISTIKA A ANALÝZA	79
7.1	Kraje v České republice	80
7.2	Jednotky NUTS	82
7.3	Satelitní účet cestovního ruchu	83
7.4	Základní pojmy satelitního účtu CR	84
8	PŘEDPOKLADY A POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU	87
8.1	Předpoklady rozvoje cestovního ruchu	88
8.2	Pojetí potenciálu destinace	89
8.3	Členění potenciálu cestovního ruchu	89
8.4	Vyjádření významnosti složek potenciálu cestovního ruchu	90
8.5	Praktická využitelnost hodnocení potenciálu cestovního ruchu	92
8.6	Rakouské zkušenosti s managementem destinace	92
8.7	Management destinace ve Švýcarsku	93
9	TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU	97
9.1	Definice udržitelného rozvoje	97
9.2	Historický vývoj v oblasti udržitelného rozvoje	98
9.3	Trvale udržitelný cestovní ruch	99
9.4	Filosofie a koncepce udržitelného cestovního ruchu	100
9.5	Pozitiva a negativa cestovního ruchu	101
9.6	Agenda 21	103

9.7	Vnímání dopadů cestovního ruchu na životní prostředí místní komunitou	103
9.8	Kulturní a etické aspekty cestovního ruchu	104
10	NOVÉ TRENDY A GLOBALIZACE V CESTOVNÍHO RUCHU	107
10.1	Nové a inovované formy cestovního ruchu	107
10.2	Trendy ovlivňující rozvoj cestovního ruchu.....	111
10.3	Služby pro turisty a sdílená ekonomika.....	112
10.4	Definice globalizace a specifika pro cestovní ruch	113
10.5	Moderní globální technologie.....	117
10.6	Globalizace a udržitelný rozvoj cestovního ruchu	117
11	REGIONY A ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU – PŘÍPADOVÁ STUDIE.....	119
11.1	Řízení cestovního ruchu – destinační společnosti	119
11.2	Co měl řešit připravovaná zákon o cestovního ruchu v ČR	119
11.3	Systém řízení a financování cestovního ruchu v Jihočeském kraji	123
LITERATURA A ZKRATKY		125
SHRNUTÍ STUDIJNÍ OPORY		129