

OBSAH

1 SPECIFIKA MEZINÁRODNÍHO MARKETINGU V CESTOVNÍM RUCHU.....	15
1.1 Význam mezinárodního cestovního ruchu.....	15
1.2 Mezinárodní cestovní ruch a mezinárodní marketing.....	17
1.3 Specifika mezinárodního marketingu cestovního ruchu.....	19
1.4 Shrnutí kapitoly.....	22
1.5 Otázky k zamyšlení / kontrolní otázky.....	22
2 TRH MEZINÁRODNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU; TEORIE MEZINÁRODNÍHO OBCHODU A JEJICH APLIKACE V MEZINÁRODNÍM MARKETINGU CESTOVNÍHO RUCHU.....	25
2.1 Trh mezinárodního cestovního ruchu.....	25
2.2 Teorie mezinárodního obchodu v cestovním ruchu.....	28
2.3 Aplikace prvků teorií v hospodářské politice.....	34
2.4 Shrnutí kapitoly.....	37
2.5 Otázky k zamyšlení / kontrolní otázky.....	37
3 MEZINÁRODNÍ PROSTŘEDÍ CESTOVNÍHO RUCHU – METODY A TECHNIKY MARKETINGOVÝCH ANALÝZ.....	39
3.1. Mezinárodní prostředí cestovního ruchu.....	39
3.2 Analýzy komplexního prostředí.....	39
3.3 Analýzy makroprostředí.....	41
3.3 Analýza mikroprostředí a nástroje analýzy obou prostředí.....	46
3.4 Shrnutí kapitoly.....	50
3.5 Otázky k zamyšlení/kontrolní otázky.....	50
4 KULTURA A PRVKY KULTURY V MEZINÁRODNÍM MARKETINGU CESTOVNÍHO RUCHU.....	53
4.1 Definice kultury.....	53
4.2 Prvky kultury.....	56
4.3 Kulturní dimenze Geerta Hofstedeho.....	61
4.4 Hodnotová škála Solomona Schwartze.....	63
4.5 Shrnutí kapitoly.....	63
4.6 Otázky k zamyšlení/kontrolní otázky.....	64
5 KULTURA A CHOVÁNÍ ZÁKAZNÍKŮ V MEZINÁRODNÍM MARKETINGU CESTOVNÍHO RUCHU.....	65
5.1 Potřeby a motivace v mezinárodním marketingu cestovního ruchu.....	65
5.2 Proces kupního chování a rozhodování.....	69

5.3 Shrnutí kapitoly	73
5.4 Otázky k zamyšlení/kontrolní otázky.....	74
6 MEZINÁRODNÍ MARKETINGOVÝ VÝZKUM V CESTOVNÍM RUCHU	75
6.1 Sekundární výzkum.....	76
6.2 Primární výzkum.....	80
6.3 Bariéry uplatňování jednotlivých kroků procesu marketingového výzkumu v mezinárodním prostředí	83
6.4 Tvorba marketingového informačního systému (MIS).....	84
6.5 Shrnutí kapitoly	84
6.6 Otázky k zamyšlení/kontrolní otázky.....	84
7 SEGMENTACE, TARGETING A POSITIONING V MEZINÁRODNÍM MARKETINGU CESTOVNÍHO RUCHU	87
7.1 Segmentace	87
7.2 Targeting	93
7.3 Positioning	94
7.4 Shrnutí kapitoly	96
7.5 Otázky k zamyšlení / kontrolní otázky.....	96
8 MARKETINGOVÉ STRATEGIE V MEZINÁRODNÍM CESTOVNÍM RUCHU	99
8.1 Shrnutí kapitoly	106
8.2 Otázky k zamyšlení / kontrolní otázky.....	106
9 SPECIFIKA PRODUKTU CESTOVNÍHO RUCHU V MEZINÁRODNÍM MARKETINGU	107
9.1 Vrstvy produktu	110
9.2 Produkt mezinárodního cestovního ruchu a image	113
9.3 Značka a tvorba značky v mezinárodním marketingu cestovního ruchu	114
9.4 Shrnutí kapitoly	115
9.5 Otázky k zamyšlení/kontrolní otázky.....	115
10 TVORBA NABÍDKY VE SLUŽBÁCH CESTOVNÍHO RUCHU PRO MEZINÁRODNÍ TRH.....	117
10.1 Lidé	117
10.2 Procesy	118
10.3 Prostředí	120
10.4 Partnership	120
10. 5 Packaging	121
10.6 Programming.....	122

10.7 Shrnutí kapitoly	123
10.8 Otázky k zamyšlení/kontrolní otázky.....	123
11 VSTUP SUBJEKTU CESTOVNÍHO RUCHU NA MEZINÁRODNÍ TRH A MEZINÁRODNÍ DISTRIBUCE SLUŽEB CESTOVNÍHO RUCHU	125
11.1 Distribuční řetězec a distribuční články v mezinárodním marketingu cestovního ruchu	125
11.2 On-line mezinárodní distribuce.....	130
11.3 Distribuční strategie	132
11.4 Shrnutí kapitoly	135
11.5 Otázky k zamyšlení/kontrolní otázky.....	135
12 SPECIFIKA CENOVÉ POLITIKY A TVORBY CEN V MEZINÁRODNÍM MARKETINGU CESTOVNÍHO RUCHU	137
12.1 Cena, kvalita a hodnota	137
12.2 Jednání o ceně	138
12.3 Cenové cíle.....	139
12.4 Faktory ovlivňující cenovou politiku a tvorbu cen v mezinárodním prostředí cestovního ruchu	140
12.5 Cenové strategie	143
12.6 Spropitné a bakšiš	144
12.7 Shrnutí kapitoly	145
12.8 Otázky k zamyšlení/kontrolní otázky.....	145
13 MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE SUBJEKTŮ CESTOVNÍHO RUCHU V MEZINÁRODNÍM PROSTŘEDÍ	147
13.1 Specifika komunikačního procesu v komunikačním procesu v mezinárodním prostředí	148
13.2 Příklady marketingové komunikace a propagace subjektů cestovního ruchu v zahraničí	155
13.3 Shrnutí kapitoly.....	158
13.4 Otázky k zamyšlení / kontrolní otázky.....	158
14 VELETRHY A VÝSTAVY V MEZINÁRODNÍM MARKETINGU CESTOVNÍHO RUCHU	159
14.1 Shrnutí kapitoly.....	166
14.2 Otázky k zamyšlení / kontrolní otázky.....	166
POUŽITÁ LITERATURA A DALŠÍ ZDROJE	167