

Obsah

O autorce	9
Úvod	11
Poznámky	12
První část	
Volný čas, cestovní ruch, pohostinství a marketingové principy	13
1 Volný čas, cestovní ruch a pohostinství	15
1.1 Volný čas – předpoklad rozvoje cestovního ruchu	16
1.2 Vymezení pojmu a význam cestovního ruchu	18
1.3 Cestovní kanceláře a cestovní agentury	24
1.4 Péče o hosty – hospitality	26
1.5 Doprava	30
1.6 Turistická informační centra	33
1.7 Průvodcovské služby	34
1.8 Další služby úzce související s cestovním ruchem	35
1.9 Destinace cestovního ruchu	37
1.10 Střediska cestovního ruchu	39
Shrnutí kapitoly	40
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	40
Poznámky	41
2 Marketing a marketingová koncepce	43
2.1 Tržní hospodářství a marketing	44
2.2 Marketingová koncepce aneb Marketingový směnný proces	45
2.3 Stručný přehled vývoje podnikatelských koncepcí	59
Shrnutí kapitoly	64
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	65
Poznámky	65
3 Marketing v oblasti služeb, v neziskových organizacích a teritoriální marketing	69
3.1 Služby a jejich hodnocení	70
3.2 Marketing neziskových organizací	77
3.3 Teritoriální marketing	79
Shrnutí kapitoly	80
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	80
Poznámky	81
4 Marketingové řízení	83
4.1 Strategické řízení z marketingového pohledu	84
4.2 Marketingové řízení	93

4.3	Realizace marketingového plánu	108
4.4	Marketingová kontrola a zpětná vazba	110
	Shrnutí kapitoly	113
	Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	114
	Poznámky	115
5	Marketingové prostředí	117
5.1	Analýza prostředí	118
5.2	Makroprostředí	120
5.3	Mikroprostředí	129
5.4	Vnitřní prostředí firmy	133
	Shrnutí kapitoly	133
	Otázky určené k upevnění a prověření znalostí	134
	Poznámky	134
6	Marketingový informační systém	137
6.1	Cíle a funkce MIS, tvorba informací	139
6.2	Marketingové databáze	148
6.3	Informační technologie v řízení podniku	149
6.4	Prostorové informační systémy v cestovním ruchu	150
	Shrnutí kapitoly	150
	Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	151
	Poznámky	151
7	Výběr cílových trhů	153
7.1	Trh	154
7.2	Cílový (cílený) marketing	156
	Shrnutí kapitoly	164
	Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	165
	Poznámky	165
8	Nákupní proces	167
8.1	Porozumění rozhodovacímu procesu spotřebitelů	168
8.2	Faktory ovlivňující spotřební chování	170
8.3	Typy nákupního chování spotřebitele	175
8.4	Nákupní proces spotřebitele	175
8.5	Porozumění nákupnímu chování společností (B2B trhům)	178
	Shrnutí kapitoly	180
	Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	181
	Poznámky	181
Druhá část		
	Marketingové nástroje	183
9	Marketingový mix	185
9.1	Definice a podstata pojmu marketingový mix	186
	Shrnutí	188

Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	188
Poznámky	189
10 Produkt	191
10.1 Definice produktu	192
10.2 Klasifikace produktů	193
10.3 Produkt a jeho jednotlivé vrstvy	194
Případová studie: Jednotná prezentace země v zahraničí – logo České republiky	203
10.4 Proces vývoje nového produktu	206
10.5 Životní cyklus produktu	210
Shrnutí kapitoly	213
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	214
Poznámky	214
11 Distribuce a místo	217
11.1 Hodnotový řetězec	218
11.2 Podstata a cíle distribuce	218
11.3 Prodejní místo	226
Shrnutí kapitoly	227
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	228
Poznámky	228
12 Cena	229
12.1 Podstata a funkce ceny	230
12.2 Proces plánování cen	231
12.3 Přizpůsobování cen	236
12.4 Ceny služeb	239
12.5 Ceny v cestovním ruchu	240
Shrnutí kapitoly	243
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	243
Poznámky	244
13 Marketingová komunikace	245
13.1 Podstata a cíle marketingové komunikace	246
13.2 Reklama	253
13.3 Podpora prodeje	254
13.4 Vztahy s veřejností – public relations (PR)	259
Případová studie: Změna image je obtížná	260
13.5 Osobní prodej	265
13.6 Přímý a databázový marketing	266
13.7 Komunikace v prodejním místě nebo v místě nákupu	268
13.8 Nové formy komunikace – nekonvenční přístupy	269
Shrnutí kapitoly	274
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	274
Poznámky	275

14 Rozšířený marketingový mix	279
14.1 Marketingový mix v oblasti služeb	280
14.2 Lidé	280
14.3 Balíčky služeb	283
14.4 Tvorba programů	284
14.5 Partnerství a spolupráce	286
Případová studie: Lidé a spolupráce v cestovním ruchu	288
14.6 Procesy	290
Shrnutí kapitoly	291
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	291
Poznámky	292
Shrnutí	293
Summary	294
Seznam obrázků a tabulek	295
Seznam literatury	297
Rejstřík	307