

OBSAH

ÚVOD	5
1. MARKETING V CESTOVNOM RUCHU	9
1.1. Marketingový mix cestovného ruchu.....	12
1.2. Marketingová komunikácia.....	16
1. GASTRONÓMIA – NADČASOVÝ TREND	26
1.1. Kulinárska turistika.....	26
1.2. Pôvod slova gastronómia.....	27
1.3. Agroturistika.....	29
1.4. Zážitkové reštaurácie.....	32
1.5. Pivovarníctvo je v Čechách – podnikanie s tradíciou.....	35
1.6. Rozvoj kulinárstva v cestovnom ruchu.....	37
2. SLOW FOOD FILOZOFIA	41
2.1. Krajiny s osvojenou slow food filozofiou.....	41
3. PRÍKLAD RODENNEJ FORMY OPIEARAJÚCEJ SA INTUITÍVNE O SLOW FOOD FILOZOFIU	44
3.1. Podnikanie s rodinnou tradíciou.....	45
3.2. Motivácia k pohostinnosti.....	47
3.3. Vizualna identita rodinnej firmy.....	49
3.4. Produktové portfólio rodinnej firmy – jedálny lístok.....	50
3.5. Založenie Cechu husacínárov.....	50
3.6. Európska databáza.....	51
3.7. Externá komunikácia rodinnej firmy.....	52
4. ADAPTÁCIA SLOW FOOD FILOZOFIE V UBYTOVACÍCH ZARIADENIACH	53
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	55