

Obsah

Úvod	7
1 Cestovní ruch – vymezení, přínosy	10
1.1 Význam cestovního ruchu	10
1.2 Udržitelný rozvoj a cestovní ruch	10
1.3 Venkovský cestovní ruch a jeho role v rozvoji regionů	12
1.4 Venkovský cestovní ruch a jeho principy	16
2 Nové přístupy ve výzkumu cestovního ruchu	19
2.1 Oblasti výzkumu cestovního ruchu	19
2.2 Společenské trendy a vliv na poptávku v cestovním ruchu	24
2.3 Výzkum v oblasti sociálních dopadů cestovního ruchu	28
2.4 Monitorování vývoje cestovního ruchu	30
3 Role informačních technologií v cestovním ruchu	33
3.1 Vliv současných trendů na komunikaci se zákazníky	34
3.2 Specifika internetu a vliv na marketingový mix venkovského cestovního ruchu	36
3.3 Cestovní ruch a internet marketing	40
3.4 Prezentace venkovského cestovního ruchu na internetu, sociální sítě	43
3.5 E-rozvoj venkova a e-cestovní ruch	47
4 Kognitivní procesy v praxi cestovního ruchu	50
4.1 Kognitivní procesy a cestovní ruch	50
4.2 Využitelnost psychologických poznatků v cestovním ruchu	54
4.3 Užití Iso-Ahola modelu v cestovním ruchu	62
4.4 Psychografické aspekty segmentace návštěvníků	66

5 Model učící se turistické destinace a jeho aplikace ve venkovských oblastech	78
5.1 Znalosti a jejich využití v cestovním ruchu.....	78
5.2 Koncept „Učící se turistická destinace“	81
5.3 Transfer znalostí a udržitelný rozvoj venkova.....	83
5.4 Využitelnost modelu v praxi.....	86
Závěr	88
Seznam literatury	90
On-line internetové zdroje	101
Přílohy	102
Obrazová příloha	109
Seznam schémat, tabulek a obrázků	115
Minislovník	118
Rejstřík.....	125