

OBSAH

7 TÉMA MĚSÍCE

Gastronomie, gastroturismus, vinařství

Rozvoj a branding řady světových destinací je spjat s gastroturismem, přesto je tento segment cestovního ruchu v aktivitách turistických centrál tak trochu Popelkou. Pozitivní příklady se ale najdou – i na stránkách naší ústřední rubriky.



7

31 DESTINACE MĚSÍCE

Itálie, Španělsko, Portugalsko

Tento trojlístek destinací v posledních měsících profituje z bezpečnostní situace ve světě. Dokumentujeme to mj. na aktuálních statistikách Itálie. A přidáváme tip na region Marche, který ocení ti, jimž přeplněná letoviska způsobují ospky.



31

39 REGION MĚSÍCE

Jihomoravský kraj

Návštěvnost kraje loni meziročně vzrostla a stejný trend je možné sledovat i v letošním roce. Mohou za to bezesporu také marketingové aktivity kraje i krajského města. Na vybrané z nich jsme se podívali podrobněji.

54 MARKETING

Z obsahu vytvářeného uživateli se stal významný pomocník pro zvyšování povědomí o značce. Ukážeme, jak jej využít v kampaních.

63 TECHNOLOGIE

Metasearch portály umožňují mj. jednoduché srovnání cen hotelů nebo letenek bez nutnosti procházet desítky webových stránek.

65 DATA A ANALÝZY

Návštěvnost HUZ v prvním čtvrtletí se meziročně zvýšila o 11,1% a počet přenocování vzrostl o 9,3%.

68 TRENDY A INOVACE

Poté, co v oblasti hotelnictví uspěl koncept ikony módního businessu Gianniho Versace, se o něco podobného pokoušejí i další slavné značky.



68

70 PERSONALISTIKA

Upozorňujeme na nejvýznamnější novinky v připravované novele zákoníku práce.

71 ASOCIACE

Přinášíme novinky z činnosti tuzemských profesních svazů.

78 NETWORKING

Najděte s námi příležitosti k získání nových kontaktů a pracovních vazeb.



72