

OBSAH



7 TÉMA MĚSÍCE

Kongresový průmysl, incentivy

Statistická data v oblasti MICE jsou u nás slabinou, přesto se podařilo definovat přínosy tohoto oboru pro Prahu. Jak jsou na tom ale regiony? Čím lákají pořadatele MICE akcí? A jaké trendy tímto oborem hýbou? Na tyto a další otázky odpovídá série článků v naší hlavní rubrice.



41 DESTINACE MĚSÍCE

Thajsko, Čína, Malajsie

O Číně se v poslední době hovoří spíše jako o zdrojovém trhu pro incoming, velmi zajímavá je ale i pro outgoingové touroperátory. Některé jsme vyzpovídali a zajímali se o proměny, kterými trh prochází. Thajsku se věnujeme zejména z pohledu služebních cest a v Malajsii si všímáme raketových změn, kterými destinace prochází.



49 REGION MĚSÍCE

Moravskoslezský kraj

Sever Moravy je stále atraktivnějším cílem pro tuzemské i zahraniční turisty. Svůj podíl na tom mají také krajské i další instituce, které tam vábí návštěvníky. Mimo jiné i pomocí moderních technologií.



58 MARKETING

Inspirací pro vaše marketingové počínání mohou být výsledky letošních Travel Marketing Awards, stejně jako třeba přednášky na Fóru cestovního ruchu. Stačí si vybrat...



64 TECHNOLOGIE

Zdá se vám, že geocaching má období největší slávy za sebou? Možná budete jeho potenciálem překvapeni. Také vás naučíme, jak zlepšit postavení vašich stránek ve vyhledávačích.



66 LEGISLATIVA

Legislativní prostředí v cestovním ruchu se příští rok podstatně změní. Přečtěte si, jak.



68 DATA A ANALÝZY

Inspirace není nikdy dost, zejména té zahraniční. Tentokrát se dočtete, jak jdou na městský marketing ve Frankfurtu nad Mohanem.



73 PERSONALISTIKA

Kvalitních lidí je na trhu práce nedostatek a z nabídek si mohou vybírat. I na základě nefinančních benefitů. Umíte s nimi pracovat?



74 ASOCIACE

Přinášíme novinky z činnosti tuzemských profesních svazů.



80 NETWORKING

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