

# OBSAH

ÚVOD.....	9
1. PŘEDPOKLADY VYUŽÍVÁNÍ MARKETINGU V DESTINACI CESTOVNÍHO RUCHU .....	13
1.1 Charakteristika destinace cestovního ruchu.....	15
1.2 Organizace cestovního ruchu v destinaci.....	18
1.3 Management destinace.....	22
1.4 Možnosti využívání marketingu v destinaci cestovního ruchu.....	28
2. ANALÝZA – ZÁKLAD ÚSPĚŠNÉ STRATEGIE NA TRHU .....	35
2.1 Marketingový informační systém.....	36
2.2 Analýza SWOT.....	37
2.2.1 Analýza složek primární nabídky cestovního ruchu .....	40
2.2.2 Analýza složek sekundární nabídky cestovního ruchu .....	42
2.3 Analýza vnějšího prostředí destinace .....	49
2.3.1 Analýza konkurenčních destinací .....	52
2.3.2 Analýza potřeb a požadavků návštěvníků.....	55
2.4 Segmentace trhu cestovního ruchu .....	60
2.4.1 Kritéria segmentace .....	63
2.4.2 Výběr cílového segmentu trhu .....	69
2.4.3 Zaujetí pozice na trhu.....	71
3. FORMULOVÁNÍ MARKETINGOVÉ STRATEGIE .....	75
3.1 Definování vize a mise destinace.....	75
3.2 Určení cílů.....	77
3.3 Výběr marketingové strategie.....	79
3.4 Sestavení marketingového plánu .....	83
4. AKTIVIZACE MARKETINGOVÉHO MIXU.....	85
4.1 Plánování produktu.....	86
4.1.1 Portfoliové modely hodnocení produktu .....	89
4.1.2 Využití portfoliových modelů hodnocení nabídky v destinaci .....	93
4.1.3 Modely rozvoje destinace .....	96

4.1.4	Tvorba nového produktu/produktové řady .....	100
4.1.5	Tvorba produktových balíčků .....	102
4.2	Cenová politika .....	104
4.3	Distribuční cesty .....	107
4.4	Komunikace s návštěvníky .....	110
4.4.1	Reklama .....	113
4.4.2	Direct mail .....	121
4.4.3	Publicita .....	123
4.4.4	Public relations .....	126
4.4.4.1	Destinační identita .....	133
4.4.4.2	Public relations v krizové situaci .....	136
4.4.4.3	Hodnocení výsledků public relations .....	137
4.4.5	Podpora prodeje .....	139
4.5	Lidé .....	141
5.	MARKETINGOVÁ KONTROLA .....	143
6.	PROGRAMY PODPORY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V ČR .....	146
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....		153
<b>PŘÍLOHY</b>		
Příloha 1	Přírodní potenciál České republiky .....	159
Příloha 2	Dotazník .....	164
Příloha 3	Průzkum spotřebního chování zahraničních návštěvníků ČR .....	168
Příloha 4	Marketingový audit destinace cestovního ruchu .....	170