

Obsah:

1. Význam služeb cestovního ruchu a lázeňství.....	9
1.1 postavení lázeňství v cestovním ruchu.....	13
1.2 klasifikace lázeňských služeb.....	18
2. Využití marketingu v oblasti cestovního ruchu a lázeňství.....	22
2.1 infrastruktura lázeňského místa.....	25
2.2 ekonomické a sociální souvislosti lázeňství při rozvoji regionu.....	28
3. Marketing služeb a marketing vztahů.....	31
4. Analýza trhu a marketingový výzkum v lázeňství.....	36
4.1 analýza příležitostí na trhu : SWOT analýza lázeňství ČR.....	42
5. Rozšířený marketingový mix služeb.....	45
6. Marketingový mix v lázeňství.....	50
6.1 služba jako lázeňský produkt.....	50
6.2 určování ceny lázeňských služeb.....	53
6.3 distribuce v lázeňství.....	54
6.4 komunikace a komunikační mix.....	55
6.5 vzhled – materiální prostředí (budovy, uniformy).....	65
6.6 procesy v lázeňských službách.....	66
6.7 lidé v lázeňských službách.....	67
7. Společný marketing.....	71
7.1 management lázeňské destinace.....	71
7.2 hlavní faktory ve strategickém řízení lázeňské destinace.....	72
7.3 doporučení pro praxi.....	78
8. Stručná historie lázeňství.....	81
8.1 historie lázeňství.....	81
8.2 období do druhé světové války.....	82
8.3 období po druhé světové válce.....	82
8.4 období po roce 1990.....	83
9. Seznam nejdůležitějších lázeňských míst v České republice a na Slovensku... ..	84
9.1 přehled lázeňských míst.....	84
9.2 popis lázeňských míst v ČR.....	86
9.3 popis nejvýznamnějších lázeňských míst v SR.....	106
10. Seznam nejznámějších mezinárodních lázeňských míst.....	109
11. Použitá literatura.....	120