

Obsah

Úvod.....	3
1. část Cestovní ruch.....	7
1. kapitola Vymezení a specifika cestovního ruchu.....	7
2. kapitola Partnerství pro cestovní ruch.....	15
3. kapitola Prezentace území a cestovní ruch.....	23
4. kapitola Přínosy cestovního ruchu – Satelitní účet cestovního ruchu.....	28
2. část Využití základních marketingových nástrojů v cestovním ruchu.....	32
5. kapitola Marketingový informační systém (MIS).....	32
6. kapitola Vypracování marketingového mixu – co a jak nabízíme?.....	33
7. kapitola Analýza příležitostí na trhu – SWOT analýza.....	41
8. kapitola Analýza portfolia – SBU.....	45
9. kapitola Výběr cílových trhů.....	49
10. kapitola Marketingový plán.....	51
3. část Možnosti cestovního ruchu ve městech.....	55
11. kapitola Zkušenosti evropských měst.....	55
12. kapitola Příklad Birminghamu.....	57
13. kapitola Veletržní Brno.....	65
14. kapitola Muzea a galerie v městském cestovním ruchu.....	78
4. část Možnosti cestovního ruchu na venkově.....	85
15. kapitola Moravské vinařské stezky.....	87
16. kapitola Cestovní ruch v rozvoji mikroregionu Podluží.....	89
17. kapitola Na co by strategie rozvoje mikroregionu neměla zapomínat.....	93
5. část Perspektivy cestovního ruchu.....	100
18. kapitola Prognóza vývoje cestovního ruchu do roku 2020.....	100
19. kapitola Současné trendy cestovního ruchu v Evropě.....	102
Závěr.....	106