

Obsah

O autorce	9
Úvod	11
První část	
Volný čas, cestovní ruch, pohostinství a marketingové principy	13
1 Volný čas, cestovní ruch a pohostinství	15
1.1 Volný čas – předpoklad rozvoje cestovního ruchu	16
1.2 Vymezení pojmu a význam cestovního ruchu	18
1.3 Cestovní kanceláře a cestovní agentury	25
1.4 Hospitality	27
1.5 Doprava	31
1.6 Turistická informační centra	33
1.7 Průvodcovské služby	34
1.8 Další služby úzce související s cestovním ruchem	35
1.9 Destinace cestovního ruchu	37
Shrnutí kapitoly	39
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	40
Případová studie: Je prodloužení letních prázdnin vhodnou strategií růstu cestovního ruchu?	40
Poznámky	41
2 Marketing a marketingová koncepce	43
2.1 Tržní hospodářství a marketing	44
2.2 Marketingová koncepce aneb Marketingový směnný proces	46
2.3 Nabídka v odvětví cestovního ruchu	55
2.4 Formy trhu	57
2.5 Stručný přehled vývoje podnikatelských koncepcí	58
Shrnutí kapitoly	62
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	63
Případová studie: Jednotná prezentace země v zahraničí – logo České republiky	63
Poznámky	65
3 Uplatnění marketingu v oblasti služeb a v neziskových organizacích	67
3.1 Služby a jejich klasifikace	68
3.2 Marketing neziskových organizací	76
Shrnutí kapitoly	78
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	79

	Případová studie: Lázeňská péče v ČR v roce 2008	79
	Poznámky	80
4	Marketingové řízení	81
	4.1 Strategické řízení z marketingového pohledu	82
	4.2 Marketingové řízení	92
	4.3 Realizace marketingového plánu	107
	4.4 Marketingová kontrola a zpětná vazba	109
	Shrnutí kapitoly	112
	Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	113
	Poznámky	114
5	Marketingové prostředí	117
	5.1 Analýza prostředí	118
	5.2 Makroprostředí	120
	5.3 Mikroprostředí	128
	5.4 Vnitřní prostředí firmy	132
	Shrnutí kapitoly	132
	Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	133
	Poznámky	133
6	Marketingový informační systém	135
	6.1 Informační systémy	136
	6.2 Marketingové databáze	147
	6.3 Informační technologie v řízení podniku	148
	Shrnutí kapitoly	149
	Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	149
	Poznámky	150
7	Výběr cílových trhů	151
	7.1 Trh	152
	7.2 Cílový (cílený) marketing	154
	Shrnutí kapitoly	162
	Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	163
	Poznámky	163
8	Nákupní proces	165
	8.1 Porozumění rozhodovacímu procesu zákazníků	166
	8.2 Faktory ovlivňující chování spotřebitele	167
	8.3 Typy nákupního chování spotřebitele	171
	8.4 Nákupní proces spotřebitele	171
	8.5 Porozumění nákupnímu chování společností	174
	Shrnutí kapitoly	176
	Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	177
	Případová studie: Kulturní rozdíly a jejich vliv na podniky cestovního ruchu	177
	Poznámky	178

Druhá část	
Marketingové nástroje	179
9 Pojem marketingového mixu	181
9.1 Marketingový mix	182
Shrnutí	185
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	185
Případová studie: Ceny hotelových pokojů	185
Poznámky	186
10 Produkt	187
10.1 Definice produktu	188
10.2 Klasifikace produktů	189
10.3 Produkt a jeho jednotlivé vrstvy	190
10.4 Proces vývoje nového produktu	197
10.5 Životní cyklus produktu	201
Shrnutí kapitoly	203
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	204
Případová studie: Certifikát kulinářské turistiky má zatím osm restaurací	204
Poznámky	206
11 Distribuce a místo	207
11.1 Hodnotový řetězec	208
11.2 Podstata a cíle distribuce	208
11.3 Prodejní místo	217
Shrnutí kapitoly	217
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	218
Případová studie: Lidé a spolupráce v cestovním ruchu	218
Poznámky	220
12 Cena	221
12.1 Podstata a funkce ceny	222
12.2 Proces plánování cen	223
12.3 Přizpůsobování cen	229
12.4 Ceny služeb	232
12.5 Ceny v cestovním ruchu	232
Shrnutí kapitoly	235
Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	236
Poznámky	236
13 Marketingová komunikace	237
13.1 Podstata a cíle marketingové komunikace	238
13.2 Reklama	244
13.3 Podpora prodeje	245
13.4 Práce s veřejností – public relations (PR)	249
13.5 Osobní prodej	254
13.6 Přímý marketing	254

13.7	Nové formy komunikace – kreativní publicita, události a zážitky	256
	Shrnutí kapitoly	259
	Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	260
	Případová studie: Turistická informační centra a osobní prodej	260
	Poznámky	261
14	Rozšířený marketingový mix	263
14.1	Marketingový mix v oblasti služeb	264
14.2	Lidé	264
14.3	Balíčky služeb	266
14.4	Tvorba programů	268
14.5	Spolupráce	269
14.6	Procesy	271
	Shrnutí kapitoly	272
	Otázky a úkoly určené k upevnění a prověření znalostí	273
	Případová studie: Šinkansen vyjede z Prahy	273
	Případová studie: Změna image je obtížná	275
	Poznámky	277
	Literatura	279
	Rejstřík	284