

# OBSAH

Úvodem .....	5
<b>Kapitola 1: Rozhodující typy cestovního ruchu a předpoklady pro jejich rozvoj.....</b>	<b>9</b>
<b>Kapitola 2: Místo cestovního ruchu v ekonomických vztazích a perspektivy jeho dalšího vývoje .....</b>	<b>13</b>
2.1 Základní charakteristiky cestovního ruchu .....	13
2.2 Vývoj cestovního ruchu v globálním měřítku.....	14
2.3 Hlavní směry rozvoje soudobého cestovního ruchu .....	18
2.4 Místo nových informačních technologií v cestovním ruchu.....	19
<b>Kapitola 3: Regionální rozměr rozvoje cestovního ruchu .....</b>	<b>22</b>
3.1 Přínos cestovního ruchu k rozvoji regionů.....	22
3.2 Role venkovského cestovního ruchu .....	23
3.3 Význam agroturistiky, ekoturistiky a ekoagroturistiky .....	25
3.4 Místo cykloturistiky v cestovním ruchu.....	26
<b>Kapitola 4: Cestovní ruch v České republice .....</b>	<b>28</b>
4.1 Vývoj cestovního ruchu na území dnešní České republiky .....	28
4.2 Cestovní ruch v České republice v 90. letech 20. a na počátku 21. století .....	29
4.3 Silné a slabé stránky našeho cestovního ruchu.....	30
4.4 Koncepce rozvoje cestovního ruchu v České republice.....	31
4.5 Cíle rozvoje cestovního ruchu pro léta 2007 – 2013 .....	34
4.6 Místo cykloturistiky v cestovním ruchu České republiky.....	35
<b>Kapitola 5: Evropská unie a cestovní ruch .....</b>	<b>38</b>
5.1 Přístupy Evropských společenství k cestovnímu ruchu v 80. letech 20. století .....	38
5.2 Aktivity Evropských společenství a Evropské unie v 90. letech 20. století .....	39
5.3 Evropská unie a cestovní ruch na počátku 21. století .....	42
<b>Kapitola 6: Účinné formy managementu cestovního ruchu.....</b>	<b>43</b>
6.1 Etapy vývoje systémů řízení cestovního ruchu.....	43
6.2 Hlavní aktéři managementu cestovního ruchu .....	44
6.3 Poznatky z vývoje managementu cestovního ruchu v Horním Rakousku.....	46
6.4 Zásady managementu cestovního ruchu .....	48
6.5 Podstatné rysy destinačního managementu.....	50
6.6 Role společnosti destinačního managementu.....	52
6.7 Význam managementu kulturního cestovního ruchu.....	53
6.8 Zásady moderního profesního vzdělávání pro pracovníky v cestovním ruchu .....	54
<b>Kapitola 7: Místo marketingu cestovního ruchu v systému marketingu služeb a jeho specifické rysy .....</b>	<b>56</b>
7.1 Podstatné rysy marketingové koncepce cestovního ruchu .....	56
7.2 Nejvýznamnější otázky kladené marketéry cestovního ruchu .....	59
7.3 Další závažné charakteristiky marketingu cestovního ruchu .....	61

<b>Kapitola 8: Segmentace trhu a positioning</b> .....	65
8.1 Rozhodující přístupy k segmentaci v cestovním ruchu .....	65
8.2 Pojetí positioningu v marketingu cestovního ruchu.....	68
<b>Kapitola 9: Marketingový mix v cestovním ruchu</b> .....	69
9.1 Základní prvky marketingového mixu v cestovním ruchu .....	69
9.2 Další prvky marketingového mixu .....	74
9.3 Význam budování značky v marketingu cestovního ruchu .....	77
<b>Seznam literatury</b> .....	79