

# Přehled kapitol

Kapitola I.....	1
<b>Nové trendy v komunikaci sektorů možnosti pro cestovní ruch</b>	
<b>Doc. ing. Marie Dohnalová, CSc.</b>	
Úvod .....	2
1. Třetí sektor.....	2
2. Komunikace soukromých sektorů.....	3
3. Společenská odpovědnost firem .....	3
4. Možnosti pro cestovní ruch.....	4
Závěr.....	5
Literatura.....	6
Kapitola II.....	7
<b>Nekonvenční přístupy v promotion a marketingové komunikaci</b>	
<b>Doc. Ing. Dagmar Jakubíková, Ph.D.</b>	
Úvod .....	8
1. Důležitost marketingové komunikace v cestovním ruchu.....	9
2. Marketingová komunikace a její důležitost.....	10
3. Nekonvenční přístupy v oblasti komunikace .....	11
3.1 Koncept disruption .....	11
3.2 Digitální a interaktivní komunikace .....	15
3.3 Využití internetu .....	15
3.4 Virový (virální) marketing.....	16
3.5 Mapové aplikace.....	17
3.6 BlueCasting .....	17
3.7 Event marketing.....	18
Závěr.....	18
Literatura.....	19

Kapitola III.....	20
<b>Vybrané směry výzkumu v průniku oblastí komunikace – cestovní ruch - gastronomie</b>	
<b>Ing. Jan Chromý, Ph.D.</b>	
Úvod .....	21
1 Potřebné souvislosti.....	23
2 Zájem o aktivní zapojení studentů.....	24
3 Souhrnný přehled získaných výsledků .....	24
3. 1 Znalosti zdravé výživy u obyvatelstva .....	25
3. 2 Jídelní lístek a nutriční hodnoty .....	26
3. 3 Zájem restaurací o podporu zdravé výživy.....	27
3. 4 Dostupnost nutričních hodnot, GI a aditiv .....	28
3. 5 Podpora výpočtů nutričních hodnot v gastronomii .....	29
3. 6 Znalosti zdravé výživy u pracovníků restaurací.....	29
3. 7 Podpora znalosti gastronomie, ekonomiky a marketingu 30	
3. 8 Kvalita jídelního lístku jako komunikačního nástroje .....	31
Závěr.....	32
Literatura.....	32
Seznam použitých akademických prací .....	32
Rozpracované akademické práce: .....	34
Kapitola IV .....	35

## **K možnostem a omezením komunikace v cestovním ruchu**

**Doc. PhDr. Libor Pavera, CSc.**

Komunikace, cestovní ruch a turistika dříve a dnes .....	36
Teorie komunikace, kanály a kódy .....	36
Komunikace, typy kanálů a kódů.....	39
Kde zůstaly www stránky?.....	41
Nové typy www komunikace.....	42
Reklama, šumy, další možnosti.....	42

Návrhy a závěry .....	43
Literatura .....	44
Kapitola V .....	46
<b>Netradiční formy cestovního ruchu a jejich dopady na způsoby komunikace</b>	
<b>Ing. Jan Mastný</b>	
Úvod k problematice .....	47
1 Adrenalinová dovolená .....	48
2 Cestovní kancelář plyšáků .....	50
3 Virtuální cestování .....	52
Literatura .....	57
Kapitola VI .....	58
<b>Vliv internetu na cestovní ruch</b>	
<b>Ing. Martina Sochůrková</b>	
Vliv internetu na cestovní ruch .....	59
Globální distribuční systémy .....	59
Internetové rezervační systémy .....	60
Cestovní kanceláře .....	61
Hotely .....	61
Zákazník .....	63
Závěr .....	63
Literatura .....	64
Kapitola VII .....	65
<b>Internet a cestovní ruch</b>	
<b>Ing. Miloš Sobek</b>	
Úvod .....	66
Situace v ČR ve využívání internetové technologie ve službách .....	66
Některé aspekty využití internetové technologie v cestovním ruchu .....	68

Závěr.....	73
Literatura.....	74
Kapitola VIII. ....	75

### **Architecture as a means of communication in tourism**

**Prof. Dr. Ing. arch. Mieczysław K. Leniartek**

Introduction .....	76
Cultural tourism.....	77
Creative tourism.....	77
Special interest tourism .....	79
Thematic spaces.....	80
Inspiring spaces.....	82
New "conceptual tourism" .....	83
Case study – literary fiction as a tourism scenario .....	85
1. Bellyfeeders' Test Station .....	86
2. Castle "Under the Great Past" .....	86
3. World turned upside down .....	87
4. Electropolis .....	88
5. Girl in a white and black pattern .....	88
6. Polynesian feast .....	89
7. South Seas .....	90
Summary .....	90
Bibliography .....	91

Kapitola IX .....	93
-------------------	----

### **Accessibility and the character of the information about tourist values in the Internet on the example of the folklore events**

**Krzysztof Widawski, Ph.D.**

Introduction .....	94
Information accessibility on the national and international level .....	96
Information accessibility at the regional level .....	99

Poor information accessibility .....	104
Average information accessibility .....	104
Sufficient accessibility of the information .....	106
The way of the event presentation on the example of the folklore event .....	108
Conclusions .....	112
Bibliography: .....	113