

OBSAH

ÚVOD	6
PRVÁ ČASŤ - CESTOVNÝ RUCH V REGIONÁLNEJ EKONÓMII	
1. REGIONÁLNA EKONÓMIA A POLITIKA	9
1.1. Podstata a obsah regionálnej ekonómie	9
1.2. Región ako objekt regionálnej ekonómie a politiky	10
1.2.1. Región ako administratívno-správna jednotka	10
1.2.2. Región cestovného ruchu a regionalizácia	12
1.3. Regionálny rozvoj a regionálne disparity	15
1.4. Regionálna politika a podpora regionálneho rozvoja	16
1.5. Regionálna politika a politika súdržnosti Európskej únie	19
1.6. Podpora a rozvoj vidieka s dôrazom na cestovný ruch	22
2. KOMPETENCIE ÚZEMNEJ SAMOSPRÁVY V ROZVOJI ÚZEMIA	24
2.1. Princípy činnosti a orgány územnej samosprávy	24
2.1.1. Orgány a kompetencie obce (mesta)	25
2.1.2. Orgány a kompetencie samosprávneho kraja	27
2.2. Majetok a hospodárenie územnej samosprávy	28
2.2.1. Majetok územnej samosprávy	28
2.2.2. Rozpočtové hospodárenie územnej samosprávy	29
2.3. Podpora regionálneho rozvoja v kompetencii územnej samosprávy	31
2.4. Kompetencie územnej samosprávy v cestovnom ruchu	32
Prípadová štúdia: Európska charta miestnej samosprávy	35
3. CESTOVNÝ RUCH V REGIONÁLNO M ROZVOJI	40
3.1. Podstata sektora cestovného ruchu v regióne	40
3.2. Vplyv cestovného ruchu na ekonomiku regiónu	43
3.2.1. Potenciál cestovného ruchu v regióne a jeho špecializácia	44
3.2.2. Lokalizácia zariadení a aktivít cestovného ruchu	45
3.2.3. Vplyv cestovného ruchu na regionálny rozvoj	48
3.3. Klaster ako nástroj podpory regionálnej politiky	51
DRUHÁ ČASŤ - CIELOVÉ MIESTO CESTOVNÉHO RUCHU	
4. PODSTATA A OSOBITOSTI MANAŽMENTU CIELOVÉHO MIESTA	54
4.1. Podstata cieľového miesta a jeho klasifikácia	54
4.2. Cieľové miesto ako systém	58
4.3. Osobitosti manažmentu cieľového miesta	60
4.4. Koordinácia záujmov v cieľovom mieste	65
5. MANAŽÉRSKA ORGANIZÁCIA V CIELOVOM MIESTE	68
5.1. Vývoj kooperácie v cieľovom mieste	68

5.2. Kooperácia ako základný predpoklad vzniku manažérskej organizácie	69
5.3. Princípy organizačného usporiadania cestovného ruchu v cieľovom mieste	70
5.4. Oblastná organizácia cestovného ruchu	73
5.5. Krajská organizácia cestovného ruchu	76
5.6. Manažér cestovného ruchu v cieľovom mieste	77
Prípadová štúdia: Činnosť manažérskej organizácie v Davose	78
6. TURISTICKÁ INFORMAČNÁ KANCELÁRIA	79
6.1. Úlohy turistickej informačnej kancelárie a jej činnosť	79
6.2. Vnútoraná organizácia a právna forma turistickej informačnej kancelárie	80
6.3. Zamestnanci turistickej informačnej kancelárie	81
6.4. Poskytovanie informácií o cieľovom mieste	83
6.5. Financovanie turistickej informačnej kancelárie	84
6.6. Asociácia informačných centier Slovenska	86
Prípadová štúdia: Turistická informačná kancelária mesta a teritória Belfort	87
7. PLÁNOVANIE CESTOVNÉHO RUCHU V CIEĽOVOM MIESTE	89
7.1. Situačná analýza cestovného ruchu v cieľovom mieste	89
7.2. Vízia, poslanie a ciele cieľového miesta	94
7.3. Systém plánovania a tvorba plánov cestovného ruchu v cieľovom mieste	96
7.4. Stratégie rozvoja cieľového miesta	98
Prípadová štúdia: Stratégia rozvoja cestovného ruchu nemeckého regiónu Ostholstein a dánskeho regiónu Sjaelland	101
8. FINANCOVANIE CESTOVNÉHO RUCHU V CIEĽOVOM MIESTE	103
8.1. Financovanie manažérskej organizácie v cieľovom mieste	103
8.2. Finančné hospodárenie manažérskej organizácie v cieľovom mieste	107
8.3. Investičná podpora rozvoja cestovného ruchu v cieľovom mieste	109
Prípadová štúdia: Dotácia na podporu cestovného ruchu pre vybranú oblastnú organizáciu cestovného ruchu	113
9. ŽIVOTNÝ CYKLUS CIEĽOVÉHO MIESTA	115
9.1. Teória životného cyklu strediska cestovného ruchu	115
9.2. Využitie modelu životného cyklu strediska v praxi cestovného ruchu	119
9.3. Klady a nedostatky modelu životného cyklu strediska	124
9.4. Budúcnosť teórie životného cyklu strediska	125
Prípadová štúdia: Životný cyklus tradičného a umele vytvoreného strediska cestovného ruchu	126
10. KONKURENCIESCHOPNOSŤ CIEĽOVÉHO MIESTA	130
10.1. Východiská konkurencieschopnosti cieľového miesta	130
10.2. Modely konkurencieschopnosti cieľového miesta	133
10.2.1. Konceptný model konkurencieschopnosti cieľového miesta	134
10.2.2. Integrovaný model konkurencieschopnosti cieľového miesta	139

11. ORGANIZOVANÉ PODUJATIA V CIEĽOVOM MIESTE	144
11.1. Organizované podujatia ako atraktivita cieľového miesta	144
11.2. Klasifikácia organizovaných podujatí	147
11.3. Subjekty zainteresované na organizovaných podujatiach v cieľovom mieste	153
Prípadová štúdia: Vybrané kultúrne podujatia ako atraktivita mestského strediska Kremnica	156
12. MANAŽMENT ORGANIZOVANÉHO PODUJATIA V CIEĽOVOM MIESTE	158
12.1. Plánovanie organizovaného podujatia v cieľovom mieste	158
12.1.1. Marketingový prieskum- situačná analýza	158
12.1.2. Ciele organizovaného podujatia	160
12.1.3. Stratégia podujatia	162
12.1.4. Plán organizovaného podujatia	163
12.2. Organizačné a personálne zabezpečenie podujatia	164
12.3. Finančné zabezpečenie podujatia	167
12.4. Časový harmonogram úloh na zabezpečenie podujatia	171
12.5. Vyhodnotenie účinkov podujatia	172
Prípadová štúdia: Finančné zabezpečenie vedeckej konferencie	173
Prípadová štúdia: Determinovanie práv a obchodných výhod pre sponzorov folklórneho festivalu	174
13. PRODUKT ORGANIZOVANÉHO PODUJATIA A JEHO KOMERCIALIZÁCIA	176
13.1. Podstata produktu podujatia a jeho tvorba	176
13.2. Výber cieľových skupín návštevníkov a umiestnenie podujatia na trhu	180
13.3. Distribúcia produktu, vstupenky	181
13.4. Marketingová komunikácia podujatia	183
13.5. Tvorba pozitívneho imidžu podujatia a cieľového miesta	184
Prípadová štúdia: Nočná prehliadka hradu ako podujatie regionálneho významu	186
14. LOGISTICKÉ ZABEZPEČENIE ORGANIZOVANÉHO PODUJATIA	188
14.1. Miesto konania podujatia	188
14.2. Materiálne a technické podmienky podujatia	191
14.3. Zabezpečenie podujatia	193
14.4. Riadenie rizík podujatia	196
14.5. Ukončenie podujatia	199
Prípadová štúdia: Doprava - významný prvok logistiky otváracieho ceremoniálu OH v Pekingu	200
ZOZNAM LITERÁRNYCH ODKAZOV	202
DESTINATION MANAGEMENT	214
CONTENT	216