

I. OBECNĚ TEORETICKÁ ČÁST	6
Úvod	6
1 MÍSTO CESTOVNÍHO RUCHU V EKONOMICKÝCH AKTIVITÁCH STÁTU	7
1.1 CHARAKTERISTICKÉ ZNAKY SOUDOBÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	7
1.2 CELOSTÁTNÍ A REGIONÁLNÍ ROZMĚR ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU	19
1.3 VÝVOJOVÉ TRENDY GLOBÁLNÍHO A EVROPSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	24
1.4 KLÍČOVÉ OTÁZKY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE	26
2 ROZHODUJÍCÍ DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU A PŘEDPOKLADY PRO JEJICH ROZVOJ	49
2.1 ÚVOD DO PROBLEMATIKY	49
2.2 DRUHY TURISTICKÝCH AKTIVIT	52
3 VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH A PŘÍČINY JEHO ROSTOUCÍHO VÝZNAMU	57
3.1 OBECNÉ PŘÍSTUPY	57
3.2 EXKURZ DO VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	59
3.3 CYKLOTURISTIKA JAKO PŘÍKLAD ŠETRNÉ TURISTIKY	63
3.4 NĚKTERÉ TRENDY PROJEVUJÍCÍ SE V EVROPSKÉM VENKOVSKÉM CESTOVNÍM RUCHU NA POČÁTKU DVACÁTÉHO PRVNÍHO STOLETÍ	69
3.5 KULTURNÍ A DALŠÍ ENVIRONMENTÁLNÍ ASPEKTY ROZVOJE VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	70
3.6 AKTUÁLNÍ OTÁZKY ROZVOJE VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE	73
4 ÚČINNÉ FORMY ŘÍZENÍ AKTIVIT USKUTEČŇOVANÝCH V CESTOVNÍM RUCHU	75
4.1 ÚVODNÍ POZNÁMKY	75
4.2 ROLE DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU	77
4.3 EFEKTIVNÍ ZPŮSOBY ŘÍZENÍ TURISTICKÉ DESTINACE	81
5 VZDĚLÁVÁNÍ V CESTOVNÍM RUCHU JAKO TYP ÚČINNÉHO PARTNERSTVÍ	86
5.1 EXKURZ DO DANÉ PROBLEMATIKY	86
5.2 STRUKTURA VZDĚLÁVÁNÍ V CESTOVNÍM RUCHU	88
5.3 PŘEDMĚTY CESTOVNÍHO RUCHU	89
5.4 KULTIVAČNÍ VLIV CESTOVNÍHO RUCHU	92
5.5 ZÁVĚREČNÉ HODNOCENÉ DANÉ PROBLEMATIKY	95

II. MARKETINGOVÁ STRATEGIE PRO OBLAST CESTOVNÍHO RUCHU	97
6 OBECNĚ TEORETICKÉ PŘÍSTUPY PRO OBLAST CESTOVNÍHO RUCHU	97
6.1 MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU	97
6.2 NĚKTERÉ SPECIFICKÉ RYSY MARKETINGU CESTOVNÍHO RUCHU VYUŽITELNÉ V RÁMCI PARTNERSTVÍ FORMOVANÉHO NA REGIONÁLNÍ ÚROVNI	102
6.3 SWOT ANALÝZA A JEJÍ VYUŽITÍ V CESTOVNÍM RUCHU	115
7 MARKETINGOVÉ STUDIE CESTOVNÍHO RUCHU VE VÝCHODOČESKÉM REGIONU	120
7.1 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA VÝCHODOČESKÉHO REGIONU	120
7.1.1 Pardubický kraj	122
7.1.2 Královéhradecký kraj	130
7.2 VENKOVSKÁ TURISTIKA VE VÝCHODNÍCH ČECHÁCH	142
7.3 DALŠÍ OBLASTI ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU VE VÝCHODNÍCH ČECHÁCH	154
7.4 DÍLČÍ ZÁVĚRY	168
8 PODROBNĚJŠÍ CHARAKTERISTIKY REGIONŮ A MIKROREGIONŮ	170
8.1 ÚVODNÍ PŘEHLED	180
8.2 STRNUČNÁ CHARAKTERISTIKA VYBRANÝCH PRODUKTU PROPAGAČNÍ ČINNOSTI PARDUBICKÉHO KRAJE	188
8.3 NĚKTERÁ DOPORUČENÍ ZAMĚŘENÁ K BUDOVÁNÍ PARTNERSTVÍ A KE ZKVALITŇOVÁNÍ MARKETINGU CESTOVNÍHO RUCHU VE VÝCHODOČESKÉM REGIONU	19288
9 ZÁVĚR	192
Literatura	196