

# Obsah

ÚVOD.....	7
<b>1 PODSTATA A OSOBITOSTI MARKETINGU V CESTOVNOM RUCHU .....</b>	<b>9</b>
1.1 Predmet a obsah marketingu .....	9
1.2 Podstata a úrovne marketingu cestovného ruchu .....	14
1.3 Holistický marketing v súčasnej praxi .....	22
1.4 Nástroje marketingu cestovného ruchu.....	26
1.5 Nositelia marketingu v podniku .....	30
<b>2 MARKETINGOVÝ VÝSKUM CESTOVNÉHO RUCHU.....</b>	<b>33</b>
2.1 Podstata marketingového výskumu .....	33
2.2 Marketingový výskum cestovného ruchu a jeho klasifikácia .....	34
2.3 Proces marketingového výskumu.....	37
2.3.1 Zistenie informačnej potreby a stanovenie cieľa výskumu .....	38
2.3.2 Finančné a organizačné zabezpečenie výskumu.....	38
2.3.3 Výber metód a techník zberu údajov .....	39
2.3.4 Určenie výberového súboru .....	50
2.3.5 Spracovanie údajov a ich interpretácia .....	52
2.4 Využívanie výsledkov marketingového výskumu v podniku .....	53
<b>3 SEGMENTÁCIA TRHU CESTOVNÉHO RUCHU.....</b>	<b>56</b>
3.1 Podstata segmentácie trhu .....	56
3.2 Proces segmentácie trhu cestovného ruchu .....	59
3.3 Úrovne segmentácie trhu cestovného ruchu.....	61
3.4 Segmentačné kritériá v cestovnom ruchu.....	64
3.4.1 Segmentačné kritériá na trhu producentov služieb.....	65
3.4.2 Segmentačné kritériá na trhu sprostredkovateľov služieb.....	66
3.5 Výber cieľového trhu a trhová pozícia .....	68
<b>4 NÁKUPNÉ SPRÁVANIE ZÁKAZNÍKOV V CESTOVNOM RUCHU .....</b>	<b>73</b>
4.1 Podstata a podmienky správania individuálnych zákazníkov v cestovnom ruchu .....	73
4.1.1 Nákupné správanie zákazníkov a faktory, ktoré ho ovplyvňujú .....	74
4.1.2 Model rozhodovania turistov o nákupe v cestovnom ruchu .....	78

4.2	Nákupné správanie inštitucionálnych zákazníkov v cestovnom ruchu.....	86
4.2.1	Osobitosti cestovného ruchu obchodných cestujúcich.....	86
4.2.2	Nákupné správanie pri služobnej ceste .....	87
4.2.3	Nákupné správanie sprostredkovateľov v cestovnom ruchu.....	89
<b>5</b>	<b>PRODUKT PODNIKOV CESTOVNÉHO RUCHU .....</b>	<b>92</b>
5.1	Podstata a osobitosti produktu cestovného ruchu .....	92
5.2	Úrovne produktu cestovného ruchu .....	95
5.2.1	Produkt z hľadiska ponuky.....	95
5.2.2	Produkt z hľadiska dopytu.....	96
5.3	Produktový mix.....	99
5.4	Tvorba produktu cestovného ruchu.....	100
5.5	Životný cyklus produktu na trhu.....	103
5.6	Inovácie produktu .....	106
5.7	Kvalita produktu .....	108
5.8	Značka podniku cestovného ruchu.....	110
<b>6</b>	<b>CENA V PODNIKOVCH CESTOVNÉHO RUCHU.....</b>	<b>117</b>
6.1	Podstata tvorby ceny a cenová politika podnikov .....	117
6.2	Koncepcie tvorby ceny .....	122
6.3	Tvorba ceny v podnikoch cestovného ruchu .....	126
6.4	Cenová diskriminácia a dynamická tvorba ceny .....	131
<b>7</b>	<b>DISTRIBÚCIA PRODUKTU PODNIKOV</b>	
	<b>CESTOVNÉHO RUCHU.....</b>	<b>141</b>
7.1	Podstata distribúcie a distribučné kanály v cestovnom ruchu .....	141
7.2	Priama distribúcia produktu podnikov .....	142
7.3	Nepriama distribúcia produktu podnikov .....	146
7.4	Stratégie distribúcie produktu .....	151
<b>8</b>	<b>MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA</b>	
	<b>V CESTOVNOM RUCHU .....</b>	<b>153</b>
8.1	Podstata a ciele marketingovej komunikácie .....	153
8.2	Nástroje marketingovej komunikácie.....	155
8.2.1	Reklama .....	157
8.2.2	Podpora predaja .....	159
8.2.3	Osobný predaj .....	161
8.2.4	Práca s verejnosťou a publicita.....	162
8.2.5	Priamy marketing .....	164
8.3	Integrovaná marketingová komunikácia .....	165
8.4	Stratégia marketingovej komunikácie .....	167

<b>9</b>	<b>ĽUDIA V SLUŽBÁCH CESTOVNÉHO RUCHU .....</b>	<b>169</b>
9.1	Zamestnanci podniku z hľadiska marketingu .....	169
9.2	Zamestnanci verejného sektora a samosprávy .....	175
9.3	Dodávatelia, investori a sprostredkovatelia.....	176
9.4	Miestna komunita a miestne obyvateľstvo .....	177
<b>10</b>	<b>ELEKTRONICKÝ MARKETING PODNIKOV</b>	
	<b>CESTOVNÉHO RUCHU.....</b>	<b>180</b>
10.1	Marketing podniku cez webovú stránku .....	180
10.2	Marketing podniku na sociálnych médiách .....	185
10.3	Mobilný marketing podniku .....	190
10.4	E-mailový marketing podniku.....	193
10.5	Reklama na internete.....	195
<b>11</b>	<b>MARKETINGOVÉ PLÁNOVANIE PODNIKOV</b>	
	<b>CESTOVNÉHO RUCHU.....</b>	<b>199</b>
11.1	Podstata marketingového plánovania podniku.....	199
11.2	Strategické marketingové plánovanie podniku .....	201
11.2.1	Marketingová analýza.....	201
11.2.2	Určenie strategických cieľov a marketingových stratégií.....	205
11.2.3	Marketingová taktika a rozpočet .....	208
11.3	Operatívne marketingové plánovanie podniku .....	208
11.3.1	Operatívny plán a jeho implementácia .....	208
11.3.2	Kontrola plánu podniku a strategických cieľov .....	210
<b>12</b>	<b>TRENDY V CESTOVNOM RUCHU</b>	
	<b>A V MARKETINGU .....</b>	<b>212</b>
12.1	Vplyv globalizácie na rozvoj cestovného ruchu .....	212
12.2	Trendy v cestovnom ruchu v 21. storočí .....	215
12.2.1	Trendy v dopyte po cestovnom ruchu .....	216
12.2.2	Trendy v ponuke cestovného ruchu .....	219
12.3	Turista v súčasnom svete.....	220
12.4	Vplyv trendov na marketing podniku cestovného ruchu.....	225
	<b>ZÁVER.....</b>	<b>234</b>
	<b>PRÍLOHA.....</b>	<b>235</b>
	<b>LITERATÚRA.....</b>	<b>242</b>