

STRUKTURA SEMINÁRNÍ PRÁCE

Analytická část

SWOT analýza území ve struktuře

- Prostorové aspekty destinace (poloha, dopravní dostupnost)
- Primární nabídka cestovního ruchu (přírodní a kulturně historické předpoklady CR)
- Turistická dopravní a doprovodná infrastruktura (vodní, cyklo, lyžařské a pěší trasy, lanovky, ostatní sportovní infrastruktura)
- Sekundární nabídka cestovního ruchu (ubytovací zařízení)
- Vybrané socio-ekonomické předpoklady (velikostní struktura obcí, podnikatelská aktivita v pohostinství a ubytování)
- Turistické informace a organizace cestovního ruchu
- Turistická poptávka

Nejvýznamnější atraktivity regionu

- Přírodní
- Kulturně-historické
- Turistická dopravní a doprovodná infrastruktura

Funkční využití území

Např.:

- Venkovská turistika
- Městská turistika
- Pobyty u vody
- Vodní turistika
- Pěší a horská turistika
- Přírodní atraktivity
- Sjezdové lyžování
- Lázeňská turistika
- Vinařská turistika
- Kongresová a veletržní turistika
- Kulturně-historické atraktivity
- Kulturně-společenské akce

Geografická struktura návštěvnosti

- Domáci
- Zahraniční
- Potenciální zdrojové země

Návrhová část

Návrh produktu

Charakteristika produktu

- turistické cíle a atraktivity zahrnuté do produktu
- služby zahrnuté do produktu

Umístění produktu

- vymezení produktu vůči konkurenci

Cílové skupiny

Marketingový mix (pro jednotlivé cílové skupiny, jeden marketingový mix)

- Propagační mix (propagační sdělení, propagační aktivity a jejich načasování)
- Distribuce
- Lidé – kooperace (přehled subjektů zainteresovaných na produktu)

PŘEHLED DESTINACÍ

- Český ráj
- Jižní Morava
- Krkonoše
- Praha
- Okolí Prahy
- Šumava
- Severozápadní Čechy
- Vysočina
- Východní Čechy