

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Čtvrtečková Monika	El. Krásnohorské 2132, Dvůr Králové nad Labem	I14182

TÉMA ČESKY:

Destinační marketing - Královédvorský jako produkt cestovního ruchu

TÉMA ANGLICKY:

Destination marketing - Královédvorský as a product of tourism

VEDOUCÍ PRÁCE:

prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc. - KRRCR

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

zpracovat v souladu se šablonou na MES a s pokyny pro zpracování v MES, dále využít skriptu Trousil - Jašíková: Úvod do tvorby odborných prací a pokyny pro zpracování KRRCR, viz stránky katedry a stránky předmětu MES v LMS Blackboard

Osnova:

1. Úvod

2. Cíl a metodika práce

Bakalářská práce se zabývá zhodnocením destinačního marketingu v turistické oblasti Královédvorský. Cílem práce je na základě kritické analýzy destinačního marketingu na Královédvorský v kontextu předpokladů cestovního ruchu v destinaci, navrhnout případné změny ve vytváření image destinace a její propagaci.

3. Teoretická část

3.1 Marketingový management destinací

3.2 Předpoklady CR v destinaci

3.3 Vybrané nástroje propagačního mixu

3.4 Shrnutí teoretické části

4. Praktická část

4.1 Profil destinace a její potenciál

4.2 Analýza destinačního marketingového managementu

4.3 Propagace destinace

5. Shrnutí výsledků

6. Závěry a doporučení

7. Seznam použitých zdrojů

8. Přílohy

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

DE PELSMACKER, P., GEUENS, M. a VAN DEN BERGH, J. Marketingová komunikace. Praha: Grada, 2003. 581 s. ISBN 8024702541.

GALVASOVÁ, I. BINEK, J., HOLEČEK, J., CHABIČOVSKÁ, K., SZCZYRBA, Z. a kol. Průmysl cestovního ruchu. Vyd. 1. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. 264 s. ISBN 978-80-87147-06-1.

HEALEY, M. Co je branding? Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Slovart, s. r. o., 2008. 256 s. ISBN 978-80-7391-167-6.

JAKUBÍKOVÁ, D. Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci. Aktualiz. a rozš. 2. vyd. Praha: Grada, 2012. 320 s. ISBN 978-80-247-4209-0.

KIRÁLOVÁ, A. Marketing: destinace cestovního ruchu. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.

KOTLER, P. Marketing management. Vyd. 10. Praha: Grada Publishing, a. s., 2000. 720 s. ISBN 80-247-0016-6.

MARIOT, P. Geografia cestovního ruchu. Bratislava: Vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 1983, 252 s. ISBN 71-053-83.

MORRISON, A. M. Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Vyd. 1. Praha: Victoria Publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-856-0590-2.

PALATKOVÁ, M. Marketingový management destinací. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, a. s., 2011. 208 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

PÁSKOVÁ, M. Udržitelnost cestovního ruchu. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. 335 s. ISBN 978-80-7435-329-1.

SEATON, A. V. a BENNETT, M. M. The marketing of tourism products: concepts, issues, and cases. Vyd. 1. London: Thomson Learning, 1996. 564 s. ISBN 978-186-1523-020.

ŠINDLER, P. Event marketing Jak využít emoce v marketingové komunikaci. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, a. s., 2003. 236 s. ISBN 80-247-0646-6.

TROUSIL, M. a JAŠÍKOVÁ, V. Úvod do tvorby odborných prací. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudemaus, 2014, 154 s. ISBN 978-80-7435-380-2.

ZELENKA, J. Cestovní ruch - marketing. Vyd. 3., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. 247 s. ISBN 978-80-7435-543-1.

ZELENKA, J. Marketing cestovního ruchu. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2007. 212 s. ISBN 978-80-7041-070-7.

ZELENKA, J. a PÁSKOVÁ, M. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Podpis studenta:


.....

Datum:

28.3.18
.....

Podpis vedoucího práce:


.....

Datum:

28.3.18
.....