

OBSAH

1. Nabídka a poptávka cestovního ruchu	
2. SWOT analýza	
3. Účel zpracování dokumentu (metodologie)	
4. Vize, marketingové cíle, cílové skupiny a cílové trhy	
a. Myšlenková mapa	
b. Vokabulář aneb slova vyvolávající obrazy, dojmy a emoce	
c. Cílová skupina nejen pro rok 2018.....	
d. Hlavní cílové trhy.....	
e. Hlavní okruhy pro rok 2018:	
5. Destinační témata	
a. Turistické cíle a významné osobnosti.....	
b. Kongresový a incentivní cestovní ruch (MICE)	
6. Konkrétní využití PR nástrojů v praxi (návrh komunikačního mixu)	
7. Jak tvořit komunikaci podle typu médií	
8. Aktivita pro média	
a. Tvorba media listu:	
b. Press tripy:	
c. PR články/texty:	
d. Partnerství /sponzoring/ cross promotion:	
e. Využití třetích stran pro komunikaci:	
f. Brožury/letáky:.....	
g. Aplikace	
9. Doporučení pro online prostředí (online analýza)	
a. Webové stránky	
b. Sociální sítě	
c. Konkrétní doporučení u sociálních médií	
10. Fáze a realizace kampaní	
11. Veletrhy	
12. Vizuály kampaně	
13. Doporučená obecná struktura marketingového rozpočtu.....	