

## **Obsah**

<b>1. Úvod .....</b>	<b>5</b>
<b>2. Podstata managementu.....</b>	<b>6</b>
<b>3. Řízení organizace.....</b>	<b>9</b>
<b>4. Analýza prostředí .....</b>	<b>13</b>
<b>5. Analýza portfolia.....</b>	<b>17</b>
<b>6. Manažerský informační systém .....</b>	<b>23</b>
<b>7. Identita, kultura a image organizace .....</b>	<b>27</b>
<b>8. Řízení v éře chaosu a turbulencí .....</b>	<b>32</b>
<b>9. Management destinace a yield management .....</b>	<b>37</b>
<b>10. Management destinace v evropských městech.....</b>	<b>43</b>
10.1 Zkušenosti evropských měst.....	45
10.2 Birmingham jako příklad úspěšného rozvoje města prostřednictvím cestovního ruchu .....	47
10.2.1 Strategie cestovního ruchu.....	48
10.2.2 Základní statistické údaje.....	50
10.2.3 NEC Group .....	51
10.2.4 Birminghamské marketingové partnerství.....	54
10.2.5 Budování image .....	55
10.3 Veletržní Brno.....	57
10.3.1 Veletržní návštěvníci a vystavovatelé .....	57
10.4 Muzea a galerie v městském cestovním ruchu.....	59
10.4.1 Muzeum jako součást cestovního ruchu.....	60
10.5 Závěrečné shrnutí.....	62
<b>II. Management destinace na venkově.....</b>	<b>63</b>
11.1 Moravské vinařské stezky .....	66
<b>12. Místo závěru .....</b>	<b>71</b>
<b>Literatura .....</b>	<b>75</b>