

OBSAH

ZOZNAM SKRATIEK A ZNAČIEK	7
ÚVOD	8
1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ SKÚMANIA INTEGROVANEJ MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE A TVORBY IMIDŽU CIEĽOVÉHO MIESTA CESTOVNÉHO RUCHU.....	11
1.1. Cieľové miesto ako strategická jednotka v cestovnom ruchu	11
1.1.1. Cieľové miesto cestovného ruchu a jeho charakteristiky	12
1.1.2. Životný cyklus cieľového miesta cestovného ruchu... ..	16
1.2. Podstata marketingovej komunikácie cieľového miesta.....	20
1.2.1. Komunikačná stratégia cieľového miesta cestovného ruchu.....	21
1.2.2. Nástroje komunikačného mixu	23
1.2.3. Integrovaná marketingová komunikácia cieľového miesta cestovného ruchu	34
1.3. Imidž cieľového miesta cestovného ruchu	37
1.3.1. Imidž v cestovnom ruchu a jeho taxonómia	37
1.3.2. Tvorba imidžu štátu v cestovnom ruchu	46
1.3.3. Hodnotenie imidžu štátu ako cieľového miesta cestovného ruchu.....	51
1.3.4. Osobitosti imidžu štátu ako cieľového miesta cestovného ruchu.....	55
Zhrnutie	62
2. IMIDŽ SLOVENSKA AKO CIEĽOVÉHO MIESTA CESTOVNÉHO RUCHU.....	66
2.1. Metodika skúmania	70
2.2. Vysielaný imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu na vybraných zdrojových trhoch cestovného ruchu.....	78

2.2.1. Sekundárna analýza aktivít národnej marketingovej agentúry pri tvorbe imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu	79
2.2.2. Primárny prieskum tvorby pozitívneho imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu z pohľadu vybraných subjektov	87
2.3. Vnímaný imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu na trhu medzinárodného cestovného ruchu	103
2.3.1. Komparácia imidžu Slovenska a vybraných krajín na základe indexu NBI.....	103
2.3.2. Vnímaný imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu z hľadiska hlavných zdrojových trhov cestovného ruchu	107
2.4. Komparácia vnímaného imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu v kontexte celkového imidžu Slovenska	126
Zhrnutie	138
3. MOŽNOSTI TVORBY POZITÍVNEHO IMIDŽU SLOVENSKA AKO CIEĽOVÉHO MIESTA CESTOVNÉHO RUCHU	144
3.1. Model tvorby pozitívneho imidžu Slovenska	144
3.2. Predpoklady uplatnenia integrovanej marketingovej komunikácie Slovenska.....	152
Zhrnutie	159
ZÁVER	161
SUMMARY	168
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	170
PRÍLOHY	187