

Abstrakt

Bakalářská práce „Role informačního centra v marketingu místa na příkladu agentury CzechTourism“ pojednává o roli informačního centra a marketingu v oblasti cestovního ruchu na příkladu státní příspěvkové organizace CzechTourism. V práci bude popsáno fungování agentury, zejména její marketingová činnost v oblasti propagace České republiky, jako zájmové destinace cestovního ruchu. V úvodní části práce budou uvedeny obecné informace o marketingu v oblasti cestovního ruchu. V další části práce bude popsána samotná Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism, která bude zahrnovat základní údaje o agentuře, včetně agenturou používané komunikační formy, marketingovou koncepci, marketingovou strategii, swot analýzu destinace a další formy marketingu CzechTourism. V závěru práce budou představena zastoupení Czech Tourism v zahraničí a budou uvedeny výsledky z vlastního výzkumu, který se zabývá otázkami činnosti organizace.